

На правах рукописи



Чеглов Вячеслав Петрович

**УПРАВЛЕНИЕ ФОРМИРОВАНИЕМ И РАЗВИТИЕМ
ИНТЕГРИРОВАННЫХ ТОРГОВЫХ СИСТЕМ В РОССИИ**

Специальность 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством
(экономика, организация и управление предприятиями, отраслями,
комплексами – сфера услуг)

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
доктора экономических наук

Москва - 2017

Работа выполнена на кафедре торговой политики федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», г. Москва

Научный консультант

доктор экономических наук, профессор
Иванов Геннадий Геннадьевич

Официальные оппоненты:

Чкалова Ольга Владимировна,

доктор экономических наук, профессор,
ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский
государственный университет им. Н.И. Лобачевского,
институт экономики и предпринимательства,
заведующий кафедрой торгового дела.

Дашков Леонид Павлович,

доктор экономических наук, профессор,
АНО ВО «Российский университет кооперации» Центросоюза РФ,
профессор кафедры менеджмента и торгового дела.

Столярова Алла Николаевна,

доктор экономических наук, доцент,
ГОУ ВО МО «Государственный социально-гуманитарный университет»
заведующий кафедрой товароведения

Ведущая организация

**ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский
государственный экономический университет»**

Защита состоится «28» марта 2018 г. в 13.00 часов на заседании диссертационного совета Д 212.196.04 на базе ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова» по адресу: 117997, г. Москва, Стремянный пер., д. 36, корп. 3, ауд. 353.

С диссертацией и авторефератом можно ознакомиться в Научно-информационном библиотечном центре им. академика Л.И. Абалкина ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова» по адресу: 117997, г. Москва, ул. Зацепа, д. 43 и на сайте организации: <http://ords.rea.ru/>

Автореферат разослан «28» февраля 2018 г.

Ученый секретарь

диссертационного совета Д 212.196.04
кандидат экономических наук, доцент



Тультаев Тимур Алексеевич

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования обуславливается первыми итогами переустройства экономики России на капиталистическую модель хозяйствования в условиях уже сложившегося в мире разделения и кооперации труда, формирования глобального финансового и потребительского рынков. В торговой сфере возникли объединения предприятий, часть из которых трансформировалась в диверсифицированные транснациональные группы компаний, технологически увязанные между собой, сопоставимые по масштабам деятельности с крупными промышленными (финансово-промышленными) холдингами. Интеграция происходит в условиях, когда потребление становится определяющим фактором экономического роста страны. Так, за последние годы оно выросло на 22%, тогда как ВВП – всего на 6%; а доля торговли в ВВП превысила 20% и стала сопоставимой со вкладом промышленности. Одновременно происходит усиление роли торговых объединений в товаропроводящей системе: доля интегрированной торговли в розничном товарообороте выросла с 15,8% в 2010 г. до 26,5 % в 2016 г.

При этом процессы интеграции в торговой сфере протекают неоднородно. Происходит гипертрофированный рост отдельно взятых крупных отечественных объединений, в результате чего группа компаний «Магнит» обеспечивает сегодня 7% розничного товарооборота, торговый холдинг X5 Retail Group – более 6%. Активное проникновение на отечественный потребительский рынок осуществляют транснациональные корпорации McDonald's (19,6%), Burger King (8,2), Auchan (свыше 3), Metro (1,2%). Как следствие, обостряются противоречия интересов крупного интегрированного и малого бизнеса, отечественных производителей и торговых объединений, оптовой и розничной торговли.

Научной проблемой становится систематизация опыта трансформации торговой организации в сложную экономическую систему; обоснование парадигмы развития мировой торговли в условиях интеграции экономики; анализ особенностей и социально – экономических последствий системообразования в России; изучение организационно – экономического механизма интегрированной

торговой системы, концептуализация направлений и разработка методологических подходов (инструментов) совершенствования управления ее формированием и развитием, реализация которых обеспечит технологическую, производственную и ресурсную синергию, рост конкурентоспособности отечественных торговых систем на мировом рынке.

Отдельным аспектом проблемы является формирование макроэкономической концепции регулирования интеграционных процессов в торговой сфере России; разработка механизмов балансирования системных и групповых интересов, определение места и условий развития крупного и малого торгового бизнеса в новой экономической реальности, уменьшение субъективно - случайного характера развития субъектов торговли, сохранение отечественного предпринимательства в условиях глобализации экономики.

Степень научной разработанности темы исследования. В исследовании автор базируется на постулатах Р. Коуза о становлении организации как самостоятельного института; законах и закономерностях ее развития, обоснованных А. Богдановым; идеях неoinституализма Д. Норта, О. Харта, А. Шаститко, влияния инновационных технологий Й. Шумпетера; научных работах в области теории управления современной организацией (Ф. Тейлор, Ч. Барнард, Л. Грейнер, П. Друкер, И. Адизес, Р. Дафт), системной экономики (А. Аузан, С. Глазьев, Б. Клейнер и др.), организационных построений (Д. Пью, Дж. Вудворд), полюсов роста экономики (Ф. Перру, Ж.-З. Будвиль, Г. Гагарина, П. Минакир), влияния технологий на развитие организации (П. Дуглас, Ч. Кобб, Б. Минхас), диффузии нововведений (Т. Хагерстранд), стратегирования в управлении организацией (И. Ансофф, Р. Акофф, К. Найт, Д. Миллер, Г. Минцберг, М. Портер, Р. Куинн, К. Камерон), особенностей управления в крупном интегрированном бизнесе (Ю. Винслав, В. Дементьев, Ю. Якутин), эффективного развития интегрированных структур в сфере производства (Д. Львов, В. Мау, А. Мартынов, Я. Паппэ, В. Полтерович, Е. Ясин и др.), эволюции малого и среднего бизнеса (Е. Бухвальд, Д. Валигурский, А. Виленский, В. Попков).

Нельзя не отметить глубокие научные работы, посвященные отдельным аспектам исследования. Особенности организации сферы обращения и торговли в России рассмотрены в работах Ю. Александрова, Т. Данько, Л. Дашкова, М. Дарбиняна, А. Орлова, С. Орлова, В. Памбухчиянца, А. Соломатина, Ю. Сусловой, О. Чкаловой; организационной трансформации торгового предприятия, его взаимодействия с поставщиками, консолидации собственности – в трудах Ю. Баженова, Л. Брагина, Г. Иванова, С. Королёвой, В. Малышкова, В. Радаева, И. Стукаловой, Л. Хасиса. Вопросы интеграции каналов потребления на основе маркетинга отношений исследованы Б. Соловьевым, Б. Мусатовым, В. Никишкиным, Т. Розановой, И. Скоробогатых, М. Сейфуллаевой, А. Шишкиным; формирования и развития розничной торговой сети – З. Котельниковой, М. Ивашкиным, С. Перминовым, Ж. Шнорр; процессного управления – В. Масленниковым, Ю. Ляндау; оптимизации цепи поставки – В. Дыбской, С. Карнауховым, В. Степановым, С. Уваровым и др.

Вместе с тем существует потребность в системном подходе к научному осмыслению происходящих в торговой сфере интеграционных процессов, их особенностей, перспектив развития; творческом осмыслении опыта зарубежных стран по превращению высокоэффективных интегрированных торговых систем в инструмент реновации торговли и управления потребительским рынком.

Научная гипотеза настоящей работы заключается в предположении, что наиболее важной составной частью новой парадигмы развития торговли выступают интеграционные процессы, позволяющие регулировать формирование и развитие торговых систем на всех уровнях государственной власти как в организационно-экономическом, так и в социальном аспекте. Причем регулирование интеграционных процессов способно обеспечить: эффективное пространственное развитие отечественных торговых систем; формирование интегрированных каналов продаж, конкурентоспособных на мировом рынке; согласование интересов крупного и малого бизнеса, а также интересов бизнеса и общества в целом; импортозамещение на потребительском рынке.

Цель исследования заключается в разработке научно обоснованных положений, выводов и рекомендаций, направленных на сбалансированное и эффективное управление развитием интегрированной торговой системы; новых инструментальных подходов к формированию и оптимизации ее организационной и управленческой структур, оценке и повышению системного потенциала, согласованию частных, отраслевых и народнохозяйственных интересов.

Для достижения указанной цели решаются следующие **задачи**.

1. Исследовать интеграционные процессы в мировой торговле, их зависимость от технологической инноватизации, глобализации, турбулентного и инвестиционного характера развития экономики; а также особенности интеграции торговли в России.

2. Адаптировать положения теории экономической интеграции на микроуровне применительно к крупным торговым объединениям; разработать понятийный аппарат, описывающий процессы интеграции в торговой сфере, особенности управления в различных объединительных формах.

3. Обосновать системную парадигму развития торговли, исследовать трансформацию торговой организации в интегрированную экономическую систему, классифицировать институциональные формы объединения торговых предприятий в интегрированные структуры.

4. Выявить и сформулировать методологические основы, принципы и механизмы трансформации торговой организации в мезоэкономическую интегрированную систему, ее влияние на развитие торговой сферы.

5. Изучить организационно-экономический механизм интегрированной торговой системы, разработать концепцию управления ее формированием и пространственно-временным развитием.

6. Исследовать и обосновать принципы получения системного синергетического эффекта, способы и инструменты его получения, разработать методические подходы к оценке системного потенциала и

конкурентоспособности интегрированной торговой системы, проектирования ее организационной структуры и управления.

7. Обосновать макроэкономические условия эффективного развития интегрированных торговых систем в России, методологические подходы и предложения по рамочному регулированию этого процесса, мониторингу процессов отраслевой интеграции.

8. Разработать инструменты согласования интересов крупных интегрированных торговых структур и малых предприятий, выработать методические подходы и предложения по соблюдению ими добросовестных практик взаимоотношений.

9. Разработать комплекс инструментов и рекомендаций по совершенствованию управления в отечественной территориально распределенной интегрированной торговой системе.

Объект исследования: крупные интегрированные экономические системы в торговой сфере (торговые сети, объединения торговых организаций).

Предмет исследования: организационно-экономические и управленческие отношения, возникающие в процессе формирования и развития крупных интегрированных экономических систем в торговле.

Теоретической и методологической основой исследования послужили труды отечественных и зарубежных авторов в области менеджмента и экономики, управления организацией (предприятием); опыт основателей крупных торговых корпораций; исследовательские материалы, полученные автором в результате многолетней практической и научной деятельности. Использовались методы эмпирического анализа и синтеза, дедукции и индукции, сравнения и классификации, логических построений, системного, целевого и комплексного анализа управленческих решений, статистические методы, методы прогнозирования, в том числе экономико-математического моделирования, и другие общенаучные подходы.

Информационную базу исследования составили действующая

законодательная и нормативно-правовая база, указы Президента Российской Федерации, постановления Правительства РФ; справочные и отчетные данные Росстата; отчетные документы зарубежных и отечественных торговых организаций, международных научно-практических конференций; материалы Минпромторга и аналитических агентств; литературные источники и публикации в средствах массовой информации, результаты собственных исследований автора.

Научная новизна диссертационного исследования состоит в постановке и комплексной разработке проблемы управления формированием и развитием крупных интегрированных экономических систем в торговой сфере.

Решена крупная народнохозяйственная задача по разработке концепции управления и регулирования процессов формирования и развития интегрированных торговых систем, как единых межотраслевых каналов товародвижения. Для реализации концепции управления и регулирования интеграционных процессов в торговой сфере предложен комплекс новых теоретических и управленческих подходов, обеспечивающих рост хозяйственной эффективности и конкурентоспособности системообразующих субъектов потребительского рынка. Кроме того, в рамках решаемой задачи разработаны модели пространственного развития интегрированных торговых систем за счет встраивания малого торгового бизнеса, ассоциирования производственных и инфраструктурных предприятий. Предложены методологические подходы к регулированию существующей среды системообразования на основе территориальных торговых кластеров и механизмы их государственной поддержки, способы согласования интересов крупного и малого торгового бизнеса.

Решение задачи позволит обеспечить конкурентоспособность отечественных торговых организаций на мировом рынке, регулировать интеграционные процессы в торговой сфере, ускорить развитие современной торговой инфраструктуры, нивелировать структурные и территориальные

перекосы, выровнять качество торгового обслуживания в регионах, стимулировать импортозамещение.

Личный вклад соискателя сводится к научно обоснованным положениям, выносимым на защиту:

1. Выявлены и обоснованы закономерности развития объединительных организационных форм в мировой торговле. Аргументированы причины отставания интеграционных процессов в торговой сфере России, к которым отнесены: принудительная дезинтеграция отрасли в переходные периоды постреволюционного (1917-25 гг.) и постсоветского (1991-1995 гг.) переустройства экономики; ошибки в механизме разгосударствления отрасли (ускоренный характер преобразований, экономически неоправданное расформирование крупных государственных торгов, приватизация торговых предприятий на принципах коллективной собственности по остаточной стоимости). Раскрыты особенности системообразования в торговле России: реинтеграционный, этноцентрический характер, механистический перенос зарубежных организационных и управленческих технологий в отечественную социально-экономическую среду, гипертрофированный рост крупных торговых компаний на фоне слабо выраженных объединительных течений в сегменте малого бизнеса, наращивание рыночного потенциала в ущерб операционной эффективности; отсутствие макроэкономической стратегии, противоречивость и непоследовательность регулирования процессов реинтеграции, игнорирование социальных последствий.

2. Концептуальные положения теории экономической интеграции и сложных систем адаптированы применительно к крупным торговым объединениям, разработан новый понятийный аппарат, характеризующий интеграцию в торговой сфере и особенности управления в различных ее формах. Для обозначения торгового объединения как единого субъекта рынка введена в научный оборот категория «интегрированная торговая система», под которой понимается объединение торговых, производственных и инфраструктурных предприятий, увязанных в единое организационное и экономическое

пространство механизмами внутриотраслевого и межотраслевого взаимодействия, технологической дифференциации и инкорпорирования, консолидации, перераспределения собственности и ресурсов, централизации и координации управления, ведущее основную деятельность в торговой сфере. Разделены и уточнены понятия «торговая цепь» и «торговая сеть», предложены критерии разграничения категорий: интегрированная торговая система, торговая сеть, розничная торговая сеть, сбытовая сеть, ассоциированная торговая сеть, торговый кластер, бизнес-сеть, корпорация.

3. Обоснована новая (системная) парадигма развития торговли, включающая ускоренное трансграничное развитие крупных торговых объединений с высокой степенью технологического сопряжения участников за счет поглощения предприятий малого бизнеса и привлечения внешних инвестиций, пространственной экспансии, типизации объектов, стандартизации процессов, сетевой архитектуры размещения, увеличения скорости оборота товаров, отраслевой и межотраслевой диверсификации, усиления хозяйственной зависимости участников объединения. Разработана типология институциональных форм интеграции в торговой сфере. Доказано, что интегрированные торговые системы являются инструментом управления социально экономическим развитием современной России.

4. Доказано, что в процессе интеграции происходит размежевание субъектов торговли на микро- и мезоуровни, что определяет невозможность сохранения условий справедливой конкуренции на рынке. Разработан критерий отнесения интегрированной торговой структуры к отраслевому мезоуровню. Проведена классификация субъектов торговой деятельности в РФ по степени интеграции. Выделено семь уровней: транснациональные, федеральные (национального значения), межрегиональные и региональные интегрированные торговые системы, региональные торговые сети, местные торговые сети (цепи), а также автономные торговые предприятия. Обоснован комплекс признаков такого деления, к которым отнесены сопряженность элементов, степень их инкорпорирования, уровень синергии, потенциал развития, используемые

технологии, влияние на экономику и уровень жизни населения. Выявлен и описан разнонаправленный социально-экономический эффект интеграционных процессов в торговой сфере.

5. Определены и обоснованы методологические основы и принципы системной интеграции в торговле России. Разработана модель трансформации торговой организации в интегрированную межотраслевую систему в увязке с ресурсным обеспечением; классифицированы системные отклонения. Исследован и описан организационно-экономический механизм интегрированной торговой системы. Разработана авторская концепция управления формированием и геоцентрическим развитием интегрированной торговой системы в России.

6. Сформулированы принципы формирования синергетического эффекта, выявлены и теоретически обоснованы способы его преобразования в денежную форму. Разработаны методические подходы к оценке системного потенциала и его реализации с позиций рыночного и ресурсного подходов; оптимизации развития интегрированных торговых систем на основе организационного проектирования; модель системного развития за счет ассоциирования и встраивания малых предприятий на принципах кооперирования и франчайзинга; механизм межотраслевой экспансии торговых систем на основе управления ассортиментом и товародвижением.

7. Предложены инструменты согласования интересов крупных торговых компаний и малых предприятий, в том числе модель создания интегрированных торговых систем на кооперативных началах, методические подходы к формированию межотраслевых кластеров на базе торговых центров, предложения по выравниванию условий конкуренции торговых систем на основе матрицы розничных форматов.

8. Разработаны методические принципы рамочного регулирования условий ведения системного бизнеса в торговой сфере России, комплекс предложений и рекомендаций, реализация которых будет способствовать развитию отечественных интегрированных торговых систем. Обоснованы рекомендации

по актуализации положений кодекса добросовестных практик, механизм его принудительно-добровольного распространения на мезоуровневые торговые системы. Сформулированы методические подходы по мониторингу процесса интеграции в торговле.

9. Разработан комплекс предложений и рекомендаций по совершенствованию управления отечественной интегрированной торговой системой, в том числе методические подходы и модель оптимизации управленческой структуры на основе разделения стратегической и оперативной составляющих; сокращения вертикали принятия решений и устранения разрывов в межуровневых коммуникациях; перенесения центра ответственности за формирование доходов на уровень хозяйственно самостоятельных бизнес единиц. Предложена модель повышения эффективности оперативного управления территориально удаленными торговыми объектами.

Содержание диссертационного исследования соответствует п. 1.6.109. Совершенствование организации, управления в сфере услуг в условиях рынка; п. 1.6.113 Экономические методы и критерии обоснования эффективности специализации и кооперирования в сфере услуг; п.1.6.114. Организационно-экономическое обеспечение стандартов на услуги населению; п. 1.6.117. Современные тенденции развития организационно-экономических форм хозяйствования в сфере услуг; 1.6.118 Формирование и развитие отраслевых, региональных и общенациональных рынков услуг; п. 1.6.121 Организационно-экономические механизмы обеспечения инновационного развития отраслей сферы услуг; п.1.6.122 Соотношение рыночных и государственных регуляторов в развитии отраслей и комплексов сферы услуг; п.1.6.123 Обеспечение конкурентоспособности предприятий сферы услуг; п.1.6.124 Формы государственной поддержки отечественных производителей в сфере услуг; п.1.6.125 Повышение эффективности использования рыночных инструментов в сфере услуг паспорта ВАК по специальности 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством (сфера услуг)».

Практическая значимость исследования. Сформулированные и доказанные теоретические положения отражают практику интеграции торговли в торговой сфере России и формируют научный результат исследования. Разработанная концепция, изложенные в работе модели и инструменты, предложения и рекомендации найдут практическое применение торговыми системами для корректировки стратегии развития, повышения хозяйственной и операционной эффективности, формирования конкурентных преимуществ, оптимизации организационной структуры и управления. Будут использованы органами государственной власти для повышения эффективности регулирования интеграционных процессов в отрасли; ВУЗами - для разработки практико-ориентированных учебных дисциплин.

Основные результаты исследования апробированы на практике торговыми компаниями «Верный», «Класс», «Торговый Дом Даниловский» (представлены документы о внедрении), приняты к использованию при разработке программных документов и законодательных инициатив Комитетом по регулированию потребительского рынка ТПП РФ (справка о внедрении). Применены автором при разработке практико-ориентированных учебных курсов «Экономика и управление розничными торговыми сетями», «Инновации в торговой деятельности» (бакалавриат), «Хозяйственная деятельность торговых сетей», «Потенциал объединений торговых организаций» (академическая магистратура), включенных в учебные планы НОЧУ ВО «Московская академии предпринимательства при Правительстве Москвы» и ФГБОУ ВО «РЭУ имени Г.В. Плеханова», (документальное подтверждение).

Основные научные положения диссертации и практические рекомендации докладывались (представлены автором и обсуждены на профильных научно-практических конференциях и симпозиумах: 1) Международной научно-практической конференции «20 лет экономических реформ в РФ: итоги, опыт, перспективы (1991 – 2011 гг.)», МОСАП, Москва, 21.04.11; 2) Международной научно-практической конференции «Экономика, государство и общество в XXI веке», М., РГТЭУ, 25.04.12; 3) Международной научно-практической

конференции «Современный менеджмент: проблемы и перспективы», Санкт-Петербург, СПбГИЭУ, 12 – 13.04.12 г.; 4) Международной научно- практической конференции «Потребительский рынок Евразии: современное состояние, теория и практика в условиях Таможенного Союза и ВТО», Екатеринбург, УрГЭУ, 17-18.10.12; 5) Международной научно – практической конференции «Ценности и интересы современного общества», М., РГТЭУ, 31.10.12; 6) Международной научно-практической конференции «Междисциплинарные исследования экономики и общества», М., НЭА и экономический факультет МГУ. 10-11.12.13; 7) Международной конференции «Государственное управление: Российская Федерация в современном мире» М., факультет государственного управления МГУ, 29-31.05.14; 8) Международной научно-практической конференции «Современная экономика: концепции и модели инновационного развития», М., РЭУ, 21-22.02.14; 9) Международной научно- практической конференции «Управленческие науки в современном мире», М., финансовый университет при Правительстве РФ, 30.11-01.12.16; 10) Международных конференциях «Государственное управление РФ: вызовы и перспективы», М., факультет государственного управления МГУ, 26-28.05.16 и 25-27.05.17; а также заседании комитета по развитию потребительского рынка Торгово-Промышленной Палаты России, Москва, 11.05.17.

По материалам диссертационного исследования опубликовано более 60 работ общим объёмом свыше 170 п. л., из них 32 научные статьи в изданиях, рекомендованных ВАК, пять авторских монографий (из них четыре печатные), две коллективные монографии. Издано 5 авторских учебных пособий.

Объем и структура работы. Диссертация состоит из введения, пяти глав, заключения, библиографического списка и приложений, содержит 350 страниц машинописного текста (без приложений). Экономическая и аналитическая информация, а также графический материал представлены в 23 таблицах и 23 рисунках, 10 приложениях. В библиографический список включено 357 источников, в том числе 55 на английском языке. Логическая схема изложения представлена на рис. 1.

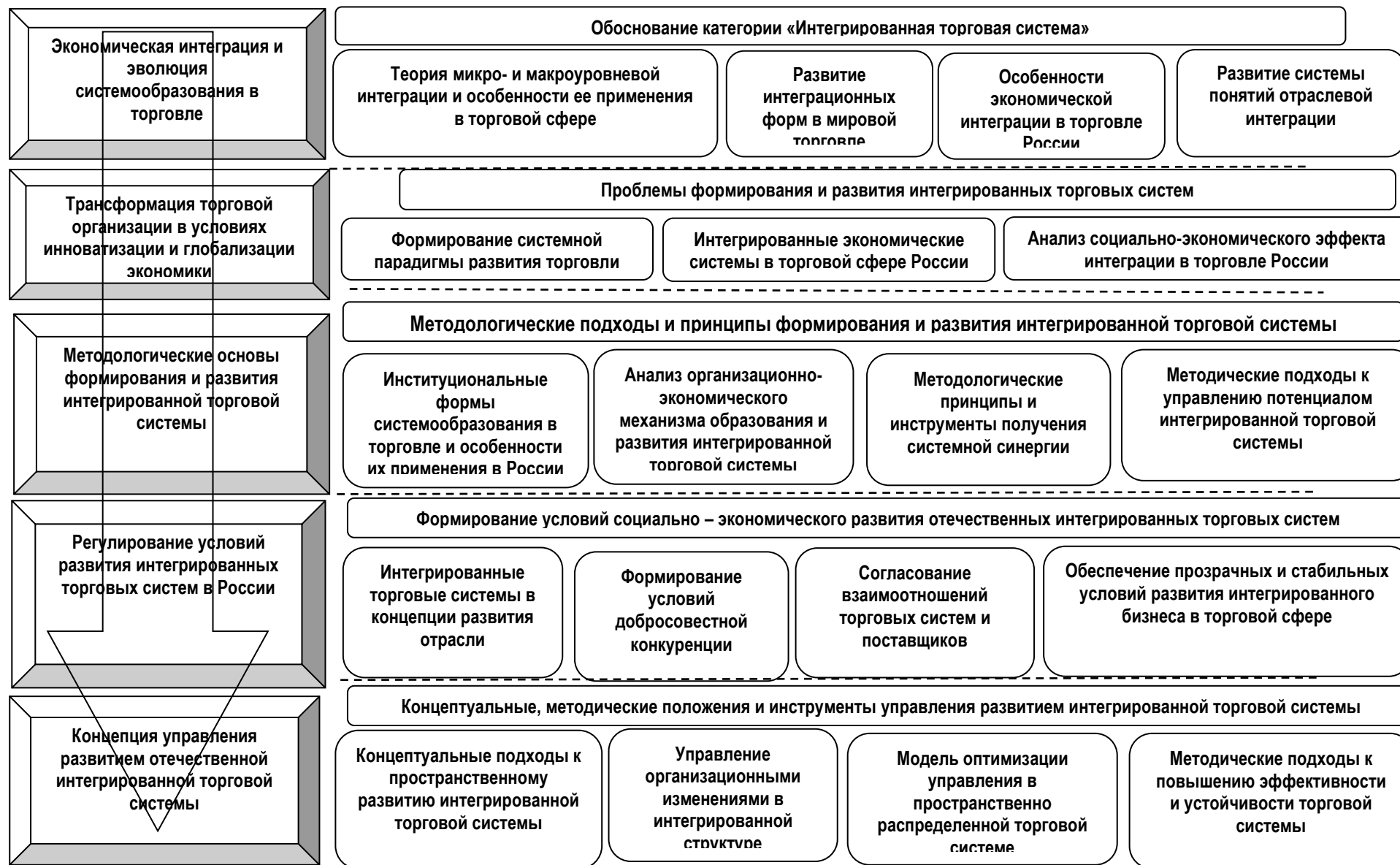


Рисунок 1 - Логическая схема диссертационного исследования

II. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ И РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

1. Выявлены и обоснованы закономерности развития объединительных организационных форм в мировой торговле. Аргументированы причины отставания интеграционных процессов в торговой сфере России. Раскрыты особенности системообразования в торговле России.

В исследовании с позиций междисциплинарной концепции системного развития экономики проанализирована трансформация торговой организации и форм экономической интеграции под влиянием развития промышленности, изменения макроэкономических условий, турбулентности глобальной экономической среды, технологической революции. Выделено и описано 10 этапов развития интеграционных форм в торговой сфере, в результате которых осуществлен последовательный переход от оптово-розничных объединений, промышленно-торговых синдикатов конца XIX - начала XX в. к розничным торговым сетям и интегрированным торговым структурам (таблица 1).

Доказано, что розничная торговая сеть, как самостоятельная объединительная форма, возникла в 50-60-х годах XX века вследствие НТР в области логистики и информатизации, формирования рынка аренды типовой торговой недвижимости в формате торгового центра, что обеспечило условия для унификации торговых объектов, технологий товародвижения, торговли и маркетинга. Выявлены особенности этой формы интеграции в торговле, в том числе ограничение инфраструктурных объектов в хозяйственной самостоятельности; их объединение на условиях специализации и технологической кооперации, оптимизации ассортимента, централизации управления, сетевой архитектуры размещения.

Современный период интеграции торговой сферы (с 70-80-х годов XX века) увязан с преобразованием крупных розничных торговых сетей в межотраслевые экономические группы (системы) сопряженных между собой организаций и предприятий. Эти образования отличаются жесткой вертикалью собственности, перераспределением ресурсов и доходов в пользу интегратора или управленческой надстройки, управляемой пространственной экспансией.

Таблица 1 – Трансформация интеграционных форм в мировой торговле
(Составлено автором)

Этапы	Основные процессы и интеграционные формы	Кризисы на границах этапов
<i>Формирование и развитие оптово-розничных торговых цепей</i>		
1. Начало XVII-середина XIX вв.	Консолидация купеческого (оптового) капитала, его слияние с промышленным. Возникновение оптово-розничных торговых цепей	Экономический кризис 1854-57 гг
2. 1854-1872	Развитие оптово-розничных торговых цепей, в том числе на принципах франчайзинга. Торговые кластеры на базе торговых центров (пассажей)	Финансовый кризис 1873-78 гг.
3. 1887 – конец 1890 х гг.	Розничные торговые цепи. Формирование современных форматов: универмаг, минимаркет, fix price, магазин у дома; концепций дискаунтера / супермаркета	Экономический кризис 1900-03 гг.
4. Конец 1890 х гг. – 1914 г.	Первичный передел собственности. Формирование потребительских кооперативов и их проникновение в промышленность и сельское хозяйство.	Экономический кризис 1914 г. Рецессия 1920 – 22 г.
5. 1914 – 1928 г.	Первая консолидация розничного рынка. Этноцентрическая экспансия розничных торговых цепей (обеспечивают 15% оборота розничной торговли США).	Экономический кризис 1929-39 г.-
<i>Возникновение розничных торговых сетей</i>		
6. 1929 – 1956	Возникновение розничных торговых сетей. Антисетевой закон США. Концепция жесткого сетевого дискаунтера	Экономический кризис 1957-58 гг
7. 1954 - 1972	Формирование условий для «экспансии подобию» торговых сетей. Процесс интеграции приобретает инвестиционный характер. Концепции «мягкого» дискаунтера, гипермаркета.	Экономический кризис 1973-74 гг
<i>Становление интегрированных торговых систем (ИТС)</i>		
8. 1973 – конец 1990 х гг.	Начало маркетинговых войн. Трансграничная экспансия. Развитие торговых сетей на базе сделок слияния и поглощения. Формирование малым бизнесом торгово-закупочных союзов. Трансформация потребительских кооперативов в интегрированные торговые системы.	Экономический кризис конца 1990 х гг.
9. Конец 1990 х гг – 2007 г.	Вторичный передел собственности и сфер влияния. Активное системообразование в торговой сфере. Активизация процессов вертикальной интеграции. ИТС становится объектом финансовых спекуляций.	Экономический кризис 2007-08 гг
10. 2007 – по настоящее время	Геоцентрический уровень интеграции. ИТС встраиваются в межотраслевые хозяйственные системы и образуют мезоуровень в торговой сфере.	

В исследовании доказано, что до 1917 г. интеграционные процессы в торговой сфере России и экономически развитых странах шли параллельно, после чего произошел технологический разрыв, вызванный:

- полной деконструкцией в 1917-20 гг. сложившихся торговых объединений;

-инфраструктурной квазиинтеграцией 30 – 90-х гг. (создание распределительной системы государственных и отраслевых торговых объединений, хозяйственно зависимых от государства и ограниченных в территориальном развитии и конкуренции; иерархически выстроенной системы потребительской кооперации);

- вторичной дезинтеграцией 90-х гг. XX века (ускоренное и экономически необоснованное разгосударствление отрасли, по- объектная приватизация государственных торгов на условиях коллективной собственности, по остаточной стоимости) на фоне ликвидации планово-распределительного товародвижения.

В результате у возникших вновь частных предприятий образовался дефицит оборотных средств и инвестиционных активов, развитие малого бизнеса было заторможено и условия их интеграции на новой технологической основе сложились в России лишь к концу 90-х годов XX в., а сам процесс пошел не по пути объединения малых предприятий, а в направлении диверсификации крупного оптового и банковского бизнеса, ускоренного захвата розничного рынка созданными в его рамках корпоративными объединениями.

Нами выделено и обосновано два этапа интеграции торговой сферы в современной России: первый (до 2008 г) мы определяем как период возникновения и старта территориальной экспансии розничных торговых сетей национального («Перекресток», «Пятерочка», «М.Видео», «Магнит») и межрегионального («Дикси», «Бахетле», «Виктория») значения; образования множества региональных торговых цепей, первых мультиформатных холдингов (X5 Retail Group, «Юниленд» и др.); активного проникновения на отечественный рынок транснациональных торговых систем (Auchan, Metro, IKEA); первоначального раздела между ними сфер влияния в мегаполисах.

Второй этап интеграции торговли в стране, с 2008 г. по настоящее время, охарактеризован нами как период опережающего развития объединительных форм, ускорения консолидации торговой инфраструктуры (таблица 2).

Таблица 2 - Динамика роста оборота торговых объединений в РФ, млрд. руб./%

Показатель	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Торговые объединения	1965,8	2135,1	2606,6	3536,2	4193,3	5092,5	5967,3	6881,8
Цепные темпы роста	-	108,6	122,1	135,7	118,6	121,4	117,2	115,3
Розничная торговля вся	13920	14603	16469	19083	21395	23686	26172	27538
Цепные темпы роста	-	104,9	112,8	115,9	112,1	110,7	110,5	105,2

Источник: составлено автором по данным Росстата.

Как видно из данных таблицы, этому этапу характерно опережающее развитие торговых объединений. Как следствие, их удельный вес в розничном сегменте вырос с 14,1 % в 2008 году до 26,5% 2016 году, или на 12,4 %, а по продуктам питания, по данным Infoline, превысил 48,5%. Исследование показало также, что процессы передела региональных рынков и формирования межотраслевых интегрированных торговых объединений в России стартовали с опозданием на 40-50 лет.

2. Концептуальные положения теории экономической интеграции и сложных систем адаптированы применительно к крупным торговым объединениям; разработан новый понятийный аппарат, характеризующий интеграцию в торговой сфере и особенности управления в различных ее формах. Для обозначения торгового объединения как единого субъекта рынка введена в научный оборот категория «интегрированная торговая система».

В работе доказано, что крупные торговые организации представляют собой сегодня группы предприятий и организаций, экономически увязанных между собой с помощью инструментов консолидации собственности и инкорпорирования. Под инкорпорированием мы обосновываем механизм технологического присоединения (встраивания) объединяемых и вновь создаваемых предприятий (организаций) в единую экономическую среду, с потерей ими частично или полностью хозяйственной самостоятельности (независимости), в результате применения которого возникает качественно новая организационная структура, самостоятельно и системно хозяйствующий субъект, центр управления которым представлен обособленной управляющей компанией, обеспечивающей эффективный владельческий контроль.

В работе впервые системно сформулирован, уточнен и дополнен понятийный аппарат, характеризующий интеграционные процессы в торговой сфере в зависимости от степени инкорпорирования участников объединения, в

том числе предложено качественно новое определение категории «корпоративная (розничная или оптовая) торговая сеть» (таблица 3).

Таблица 3 – Система разработанных автором определений, характеризующих формы интеграционных объединений

Категория	Критериальные отличия	Авторское определение
1.Сбытовая торговая сеть / оптово–розничное объединение	Цель создания – расширение сбытовых каналов производителем, тестирование рынка	Торговая цепь / сеть магазинов или оптовых предприятий, создаваемая производителем за счет собственных ресурсов для розничной продажи своей продукции, в которой им определяется локация объектов, диктуется товарный ассортимент и цены
2.Франчайзинговая торговая сеть / цепь	Различие участников в целях деятельности, потенциале развития	Объединение торговых организаций, выстраиваемое одним из участников или производителем на взаимовыгодной основе для продвижения товара или расширения каналов продаж
3.Государственная / отраслевая торговая сеть (система)	Государственная / отраслевая собственность. Ограничения в развитии и хозяйственной самостоятельности	Объединение торговых и логистических предприятий, ограниченных в хозяйственной самостоятельности и возможностях развития, создаваемое для распределения товаров и удовлетворения потребностей населения
4.Кооперативная торговая сеть (система)	Некоммерческий характер и территориальные ограничения деятельности, «размытость» структуры собственности	Торговая сеть магазинов, перерабатывающих и логистических предприятий, создаваемая в целях удовлетворения личных потребностей участников организации, территориально ограниченная в развитии
5.Торговая ассоциация	Добровольный характер объединения. Цель – согласование и продвижение интересов	Ассоциированная торговая сеть – это объединение / альянс хозяйственно независимых торговых организаций для добровольной координации деятельности и лоббирования интересов
6.Торгово-закупочный союз	Соединение торговыми организациями в той или иной степени закупочной деятельности. Обособленность участников	Объединение торговых организаций на добровольной основе в целях согласованной или совместной закупки товаров, организации прямого импорта и производства собственного ассортимента, с сохранением участниками хозяйственной самостоятельности
7.Торговая (розничная или оптовая) цепь	Произвольная (хаотичная) конфигурация размещения торговых объектов	Объединение торговых объектов определенной специализации, бессистемного размещения, контролируемое общими владельцами
8.Корпоративная (розничная или оптовая) торговая сеть	Сетевое размещение торговых объектов. Централизация управления, наличие собственной логистическо–распределительной инфраструктуры.	Торговая организация, состоящая из множества функционально схожих каналов продажи товаров, образующих управляемую конфигурацию расположения, принадлежащих одному собственнику (аффилированной группе собственников), объединяемых технологиями торговли и товародвижения, иерархической структурой управления и контроля, общими ресурсами; создаваемая для получения конкурентных преимуществ, социального влияния, капитализации, распределения и оптимизации хозяйственных рисков

Обоснованы институциональные особенности розничных торговых сетей,

в числе которых следует выделить следующие: 1) торговые объекты становятся узкоспециализированными структурными подразделениями управляющей компании и технологически образуют единое целое; 2) централизуются и перераспределяются товарные и человеческие ресурсы, что позволяет оптимизировать затраты и хозяйственные риски; 3) размещение торговых объектов производится в определенной конфигурации, обеспечивающей покрытие территории (сегмента рынка) и конкурентные преимущества.

Доказано, что в процессе развития розничные торговые сети становятся основой для формирования структуры более высокого порядка, с элементами межотраслевой экономической интеграции, для которой характерны следующие методологические принципы: переход от сетевого (территориального) к пространственному трансграничному развитию, проникновению в смежные отрасли экономики; омниканальный характер осуществления хозяйственной деятельности; множество в той или иной степени хозяйственно самостоятельных организаций и предприятий формирует единое организационное и экономическое пространство, координируемое из единого управляющего центра; системный характер ведения бизнеса обеспечивает максимальную синергию и свойство эмерджентности (устойчивые свойства организованного целого превышают арифметическую сумму устойчивых свойств структурных элементов, а формируемый потенциал изменяется в нелинейной зависимости). Сформулирована и предложена экономическая категория «интегрированная торговая система» (далее - ИТС), под которой предложено понимать объединение торговой сети (сетей) и инфраструктурных предприятий, увязанное в единое организационное и экономическое пространство с помощью пространственной архитектуры размещения, механизмов внутриотраслевого и межотраслевого взаимодействия, технологической дифференциации и инкорпорирования, консолидации и перераспределения собственности и ресурсов, координации управления, ведущее преимущественно торговую деятельность.

В исследовании аргументированы отличия вводимой категории от ряда используемых в экономической литературе понятий. Приведены аргументы в

том, что категория бизнес-сети обозначает больше формальные объединения, создаваемые на условиях франчайзинга или ассоциации, а также сетевого маркетинга. Категория «корпорация» имеет широкий и неоднозначный диапазон трактовок, отражающих лишь наличие в объединении частно-групповых интересов. Понятие «торговая сеть» в широком толковании обозначает совокупность торговых предприятий различных форм собственности и принадлежности, обслуживающих потребности определенной территории (региона), и характеризует скорее квазиинтеграционное образование, территориальный кластер торговых предприятий.

3. Обоснована новая (системная) парадигма развития торговли. Разработана типология институциональных форм интеграции в торговой сфере. Доказано, что интегрированные торговые системы являются инструментом управления социально экономическим развитием современной России.

В работах исследована трансформация парадигмы развития торговли в условиях интеграции (таблица 4). Обобщены изменения в формах, принципах, технологиях и сценариях развития субъектов торгового дела. Доказано, что цепные технологии во-многом случайного (от доступного) размещения торговой инфраструктуры, сосуществования и локальной конкуренции замещаются технологиями сетевого, направленного (планомерного) и агрессивного распределения торговых объектов, формирования и управления технологически и экономически обоснованными цепочками создания добавленной стоимости, многофакторной конкуренции, а семейный бизнес подменяется инвестиционным.

Обоснована новая, системная, парадигма развития торговли, в рамках которой экономические кризисы и технологические новации выступают катализатором интеграции, стимулируя развитие крупных торговых систем за счет малого бизнеса. Субъектом рынка становится система, а не юридически и хозяйственно автономные ее элементы.

СТАРАЯ (ДОСИСТЕМНАЯ) ПАРАДИГМА РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ

ОБОБЩЕНИЯ НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА ПРАКТИКИ

Торговля занимается перепродажей произведенного товара. Торговое предприятие является преимущественно семейным или кооперативным бизнесом. На рынке сохраняются условия конкуренции, саморегулирования. Государство опирается на крупный оптовый торговый бизнес, но не мешает развитию малого бизнеса в сфере розничной торговли.

Объединение предприятий носят вспомогательный, локальный характер, преимущественно на добровольной основе с сохранением хозяйственной независимости участников, в интересах всех участников, чаще в целях получения ценовых, ассортиментных и логистических преимуществ. Торговые предприятия имеют индивидуальность, а покупатели – широкий выбор мест покупки

ХАРАКТЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ

Торговля реализует то, что производит экономика, связывает поставщиков и потребителей через множество независимых торговых предприятий. Интересы торговых организаций ограничиваются сегментом рынка или регионом происхождения

Выражена специализация розничной и оптовой торговли. На рынке представлено множество субъектов, отсутствует глубокая дифференциация в масштабах и эффективности.

Конкуренция имеет ассортиментный и ценовой характер.

Торговля контролирует качество товара на момент его поставки. Доходы формируются через торговую наценку

ЦЕННОСТИ

Материальные интересы владельцев, прибыль. Удовлетворение спроса. Социальные ценности: предоставление рабочих мест / занятости, семейный бизнес, самоорганизация

ЗНАКОВЫЕ ФОРМЫ И ТИПЫ, ЭТАЛОНЫ

Семейные предприятия, торговые цепи, кооперативы. Торгово-закупочные союзы, оптово-розничные объединения на принципах независимости и хозяйственной самостоятельности участников. Торгово-промышленные синдикаты. Типы торговых объектов: Рынок, лавка, семейный магазин, специализированный магазин, универсам, пассаж. The Great A&P Tea Company, Costcutter, Spar, Zinger, Ben Franklin

НОВАЯ (СИСТЕМНАЯ) ПАРАДИГМА РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ

ОБОБЩЕНИЯ НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА ПРАКТИКИ

Торговые предприятия становятся объектом внешних инвестиций, теряют характер семейного бизнеса, развитие осуществляется за счет экспансии подобия, увеличения скорости оборота товаров, межотраслевой диверсификации. Их развитие приобретает экстерриториальный и непрерывный характер. Развитие торговых систем выходит из-под контроля владельцев. Механизмы развития: консолидация собственности и ресурсов, инкорпорирование торговых объектов в системные структуры. Основной доход формируется за счет управления каналами продаж и торговыми местами, а не продажи товаров конечным потребителям. Получение конкурентных преимуществ за счет достижения системной синергии. Торговля начинает формировать спрос, производственный ассортимент, управлять производством. Объединения торговых предприятий приобретают межотраслевой характер. Государство берет курс на поддержку процессов укрупнения торговых предприятий, регулирование процессов трансформации отрасли. Крупные интегрированные торговые организации становятся системообразующими и выступают инструментом управления обществом со стороны государства

ХАРАКТЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ

Объединения торговых предприятий приобретают межотраслевой и экстерриториальный характер, преобразуются в интегрированные торговые системы с высоким уровнем взаимопроникновения интересов и инкорпорирования, централизации управления. Типизируются и стандартизируются торговые предприятия, оборудование, ассортимент, технологии и бизнес процессы. Прибыль из цели ведения бизнеса становится одним из источников его развития. Скорость развития определяется денежным потоком, доступностью внешних заимствований и административным ресурсом. Торгово-закупочные объединения приобретают рознично-оптовый характер. На рынке формируется олигополия, сокращается число малых торговых предприятий. Начинается притяжение последних в сферу интересов ИТС на условиях обратного франчайзинга. Ужесточается законодательная база. Омниканальность развития.

ЦЕННОСТИ

Инвестиционный доход, EBITDA, прибыль становится оптимизируемым показателем. Рыночная сила, экономический потенциал, финансовая устойчивость, стоимость торговой марки. Социальные интересы рассматриваются лишь как условие дальнейшего развития.

ЗНАКОВЫЕ ФОРМЫ И ТИПЫ, ЭТАЛОНЫ

Торговые сети, торговые системы на принципах хозяйственной зависимости участников, сбытовые торговые сети, торгово-закупочные союзы предприятий малого бизнеса, дистрибьюторы, специализированные логистические компании

Типы торговых объектов: дискаунтер, супермаркет, торгово-развлекательный центр, cash&carry, магазин «У дома», магазин – салон, бутик

Wal-Mart, Aldi, Auchan, Metro, Tesco, Carrefour, Rewe, Edeka

Таблица 4 - Трансформация парадигмы развития мировой торговли в условиях интеграции экономики. Составлено автором

Обоснована новая, системная, парадигма развития торговли, в рамках которой экономические кризисы и технологические новации выступают катализатором интеграции, стимулируя развитие крупных торговых систем за счет малого бизнеса. Субъектом рынка становится система, а не юридически и хозяйственно автономные ее элементы. Разработана типология форм интеграции в торговой сфере, описаны области и преимущества их использования, особенности их применения в России (рисунок 2).



Рисунок 2 - Институциональные формы интеграции торговли России в зависимости от цели объединения и степени инкорпорирования.

Источник: составлено автором.

Сделан вывод в том, что в экономически развитых странах Европы и США развитие корпоративных розничных / оптовых сетей уравнивается за счет преобразования созданных предприятиями малого бизнеса и потребительской кооперации торгово-закупочных объединений в интегрированные экономические структуры на акционерно-кооперативных началах (EDEKA, Rewe, Соор и др.). Доказано, что в нашей стране интеграция торговой сферы происходит исключительно за счет развития корпоративных торговых сетей и их

трансформации (встраивания) в межотраслевые интегрированные системы, а ускоренное наращивание потенциала и синергии закупки, реализуемое отдельными крупными интегрированными структурами с помощью агрессивного органического роста, сделок слияния и поглощения (M&A), приводит к вытеснению и замещению независимых торговых предприятий, изменению конфигурации рыночного пространства, создает проблему дисбаланса интересов крупного и малого бизнеса.

Глубокие различия выявлены в использовании франчайзинга как инструмента интеграции торговой сферы. Установлено, что отечественные индивидуальные и малые предприниматели ограничены в возможностях приобретения франшиз, предлагаемых крупными интеграторами (McDonald's, KFC, New Yorker, «Пятерочка» и др.). В то время как за рубежом франчайзинг широко применяется для развития малого семейного бизнеса, распространения новейших технологий торговли и логистики, реализации маркетинга отношений. Столь разные подходы мы объясняем отсутствием законодательной базы, нормирующей применение франчайзинга в нашей стране и защищающей интересы российских предпринимателей.

Исследование показало также, что интеграция торговой сферы через создание торгово-закупочных союзов (коммерческую кооперацию) сдерживается территориальной разбросанностью участников, противоречиями в интересах, глубокими различиями в потенциале развития, рыночной силе (объемах закупки), отсутствием у собственников договорной культуры и умения договариваться. В то же время эта форма объединения за рубежом остается эффективным механизмом формирования региональных инфраструктурных кластеров, позволяющим предпринимателям на основе координации закупочной деятельности, ассортиментной и маркетинговой политики противостоять давлению крупных корпоративных торговых систем.

Использование в России инструмента потребительской кооперации для балансирования растущей рыночной мощи корпоративных интегрированных структур прослежено нами только до 1917 г., после чего развитие кооперации

пошло в некоммерческом правовом поле. Исследование опыта стран Евросоюза в части трансформации организаций потребительской кооперации в интегрированные торговые системы позволяет обозначить научно-практическую задачу и сформулировать методологические подходы преобразования отечественной системы потребительской кооперации в условиях интеграции торговой сферы.

4. Доказано, что в процессе интеграции происходит размежевание субъектов торговли на микро и мезоуровни, что определяет невозможность сохранения условий справедливой конкуренции на рынке. Сформулирован критерий отнесения интегрированной торговой структуры к отраслевому мезоуровню. Проведена классификация субъектов торговой деятельности в РФ по степени интеграции. Выявлен и описан разнонаправленный социально – экономический эффект интеграционных процессов в торговой сфере.

Проведенный анализ позволяет сделать выводы в том, что в процессе интеграции происходит глубокое расслоение организаций торговли, в результате чего крупные интегрированные структуры генерируют от 63 до 69% отраслевого товарооборота и 69-77% валовой прибыли (таблица 5).

Таблица 5 - Распределение организаций торговли РФ по масштабам хозяйственной деятельности в динамике (составлено автором¹)

Объем годовой выручки, млрд. руб.	Число организаций, %		Выручка нетто, %		Валовая прибыль, %		Коммерческие и управленческие расходы /валовая прибыль, %		Прибыль / убыток от продажи в расчете на одну организацию, млн. руб.	
	2007	Наст. время	2007	Наст. время	2007	Наст. время	2007	Наст. время	2007	Наст. время
Организации оптовой торговли										
Всего, %	100	100	100	100	100	100	62,7	61,2	9,6	155,9
В т. ч.: менее 0,4	95,8	55,5	23,3	2,3	18,0	2,1	От 191,8 До 74,2*	90,9	От (0,1) До 8,3*	1,4
0,4–0,99	2,1**	21,2	8,7	7,1	5,2	4,5	74,4	77,6	17,3	20,2
1,0–4,99	1,7	17,9	19,5	17,8	11,9	10,7	71,2	76,1	55,9	60,1
5,0–9,99	0,2	2,8	7,4	9,6	5,4	5,7	62,8	76,7	297,7	198,3
10,0 и >	0,2	2,5	41,1	63,3	59,5	77,0	55,5	56,2	4749,3	5684,6
Организации розничной торговли										
Всего	100	100	100	100	100	100	84,0	92,9	1,6	25,1
В т. ч.: менее 0,4	98,9	77,7	44,1	4,3	43,7	4,2	От 112,4 до 77,1*	От 95,7 до 3,2*	От 0 до 11,2*	От 0,2 До 3,2*
0,4–0,99	0,6**	11,0	8,2	5,1	8,3	4,8	87,0	88,8	20,4	17,4
1,0 – 4,99	0,4	8,1	15,8	13,5	15,1	13,8	92,3	92,6	31,2	45,1
5,0– 9,99	0,1	1,6	8,6	8,1	9,1	8,5	90,0	98,1	164,6	35,7
10,0 и >	0,0	1,6	23,3	69,0	23,8	68,7	86,3	92,6	909,0	1102,0

*Дается в разбивке по более мелким группам. ** В 2007 г. сюда отнесены компании с 500, 0 и до 4999 млн. руб.

¹ Торговля в России. Статистический сборник. Электронный ресурс gks.ru

Эти объединения сложно относить к микроуровню экономики, поскольку они используют технологии управления товарным предложением, сетевого, целенаправленного размещения инфраструктуры; по своему потенциалу и технологическому оснащению способны формировать условия рыночной конкуренции, предпринимательскую среду, макроэкономические пропорции; обладают механизмами эффективного влияния на органы государственной и региональной власти. Они сопоставимы по финансовым результатам крупнейшим промышленным холдингам и их следует относить скорее к промежуточному уровню экономики, обозначаемому рядом ученых как мезоуровень. Напротив, для торговых организаций микроуровня характерно применение технологий продвижения предлагаемых поставщиками товаров, принципов случайного размещения инфраструктуры. Они функционируют под жестким воздействием не только рынка, государства, но и крупных торговых систем. Критерий отсека мезоуровня в торговой сфере мы определяем следующим образом: осуществление интегрированной торговой структурой деятельности более чем в 2/3 субъектов федерации и/или генерирование ежегодного консолидированного товарооборота не менее 20 млрд. рублей.

В работе разработана многофакторная классификация торговых организаций на рынке России по критериям масштаба проникновения на рынок, закупочной мощности, степени инкорпорирования структурных элементов, поведенческих и технологических особенностей. Выделено семь уровней интеграции: транснациональные, федеральные (оба уровня национального значения), межрегиональные и региональные интегрированные торговые системы, региональные торговые сети, местные торговые сети (цепи), а также автономные торговые организации. Выявлены и структурированы стратегические преимущества транснациональных ИТС по сравнению с федеральными отечественными системами, а последних – в сопоставлении с региональными торговыми сетями, наличие которых устраняет саму возможность справедливой конкуренции и саморегулирования в условиях интеграции (таблица 6). Обоснованы методологические подходы выравнивания

условий конкуренции в торговой сфере: 1) развитие региональных объединений предприятий микроуровня с элементами технологической интеграции (в части закупочной деятельности, ассортиментной политики, логистики), 2) встраивание малых торговых предприятий в интегрированные торговые системы на условиях взаимовыгодного партнерства.

Таблица 6 - Сравнительный анализ конкурентных преимуществ транснациональных интегрированных торговых структур (составлено автором)

Статус торговой компании	Транснациональная ИТС	Российские организации	
		Федеральные	Региональные
Стратегия развития	Взвешенный подход	Агрессивная	Осторожность
Структура управления	Стремление к горизонтальной структуре	Стремление к вертикальной структуре	Упрощенная структура
География деятельности	Несколько национальных рынков	Национальный рынок	Региональный рынок
Формализация	Очень высокая	Высокая	Низкая
Доступ к ресурсам	Мировой рынок	Национальный рынок	Рынок региона
Репутация	Узнаваемость и доверие в мире	Узнаваемость	Узнаваемость и доверие региона
Устойчивость к внешним факторам	Высокая	Средняя	Низкая
Устойчивость к внутренним факторам	Высокая	Средняя	Высокая
Уровень социальной ответственности	Средний	Низкий	Высокий
Влияние на рынок	Рынки присутствия	Национальный рынок	Регион
Отношение к технологиям	Разрабатывают	Заимствуют в первую очередь	Заимствуют во вторую очередь
Уровень протекции власти	Протекция на международном уровне	Национального рынка	Региона происхождения

В работе исследован социально – экономический эффект интеграции торговой сферы в условиях стабильно растущего потребительского рынка. Установлено наличие линейной зависимости между уровнем интеграции в субъектах РФ и удельными потребительскими расходами. Так, по достижении регионами доли интегрированного сектора в розничном обороте 10% прослеживается тренд снижения средней стоимости фиксированного набора товаров и услуг, который в условиях макроэкономической нестабильности приобретает колебательный характер. Выявлено также влияние процессов интеграции на динамику роста розничных цен в сторону замедления их роста и территориального выравнивания. Основываясь на анализе развития потребительского рынка Германии, мы прогнозируем, что при стабилизации

макроэкономических условий интеграция торговли станет фактором снижения розничных цен и в нашей стране.

Доказано, что появление в регионах федеральных интегрированных торговых систем стимулирует внедрение прогрессивных торговых форматов и технологий, развитие материально-технической базы торговли, качественное обновление и расширение ассортимента, ценовую конкуренцию. Так, анализ показывает, что конкуренция региональных торговых сетей сопровождается снижением величины прожиточного минимума на душу населения в среднем на 5%, в то время как конкуренция федеральных ИТС – на 12%. Обратной стороной развития интегрированных торговых систем становится ужесточение межфирменной конкуренции, передел рынка, постепенное вытеснение с рынка малых торговых предприятий (таблица 7).

Таблица 7 - Влияние процессов интеграции в розничной торговле на развитие отраслевого сегмента малого бизнеса*

№	Группировка регионов по уровню интеграции, %	Кол-во регионов, ед.	Совокупный оборот сетевой торговли, млрд. руб.				Кол-во малых торговых предприятий, тыс. ед.				Оборот малых предприятий, млрд. руб.				Оборот в расчете на одно малое предприятие, млн руб.							
			2008	Наст	время	Темп	посла	2008	Наст	время	Темп	посла	2008	Наст	время	Темп	посла	2008	Наст	время	Темп	посла
1	0	3	0,0	0,0	-		1,6	2,4	150,0		4,3	25,8	600,0		2,7	10,8	400,0					
2	До 5,0	3	16,1	8,9	(55,3)		4,8	5,0	104,2		108,3	141,7	130,8		22,6	28,3	125,2					
3	5,1 – 10,0	8	13,1	74,5	568,7		19,9	29,2	146,7		244,7	427,5	174,7		12,3	14,6	118,7					
4	10,1- 15,0	6	116,1	208,0	179,2		41,2	34,4	(83,5)		836,4	769,0	(91,9)		20,3	22,4	110,3					
5	15,1 – 20,0	11	328,3	633,3	192,9		80,1	104,3	130,0		1447,9	1887,8	130,5		18,1	18,1	100,0					
6	20,1 – 25,0	19	566,0	1510,9	266,8		143,0	206,1	144,1		3227,4	4146,0	128,5		22,6	20,1	(88,9)					
7	25,1 – 30,0	17	173,9	891,0	512,4		55,8	119,8	214,7		935,6	1830,0	195,6		16,8	15,3	(91,1)					
8	Свыше 30,0	12	597,1	1792,9	300,3		128,4	199,2	155,1		2342,1	2743,6	117,1		18,2	13,8	(75,8)					
	Всего	79	1810	5119,4	282,7		474,8	700,4	147,5		9146,7	11971	130,9		19,3	17,1	(88,6)					

*Рассчитано автором по данным сборников Росстата «Регионы России. Социально-экономические показатели», без Москвы как финансового центра страны

Из приведенных расчетов видно, что уже достижение регионами 10% уровня интеграции в розничном секторе торговли вызывает замедление темпов развития малых предприятий и отрицательную динамику их удельного товарооборота. Тренд усиливается по мере развития интеграционных процессов,

что ставит проблему согласования интересов малого и системного бизнеса.

5. Определены и обоснованы методологические основы и принципы системной интеграции в торговле России. Разработана модель трансформации торговой организации в интегрированную межотраслевую систему в увязке с ресурсным обеспечением; классифицированы системные отклонения. Исследован и описан организационно – экономический механизм интегрированной торговой системы. Разработана авторская концепция управления формированием и геоцентрическим развитием интегрированной торговой системы в России.

В исследовании обобщена и обоснована методология формирования и развития интегрированной торговой системы. Доказано, что организационно-экономический механизм такого объединения основывается на нескольких объединительных подсистемах. Базовую платформу (первого уровня) формируют подсистемы, регулирующие материальные (ресурсные, товарные) и информационные потоки. Логистическая подсистема обеспечивает централизацию и оптимизацию товародвижения за счет собственной оптово-распределительной структуры, применения технологий кросс-докинга. Информационная подсистема позволяет формировать и хранить массивы ретроспективных данных, осуществлять удаленный обмен информацией между торговыми объектами, офисом и контрагентами. К производной платформе (второй уровень) нами отнесены подсистема управления ассортиментом и закупками, позволяющая унифицировать и оптимизировать предложение и выкладку товаров, осуществлять продажу полочного пространства, а также подсистема гибкого управления человеческими ресурсами, реализующая принципы узкой специализации и автоматизации труда, формализации внутрисистемных взаимодействий и персонификации ответственности.

Разработана пространственно-временная модель формирования и развития интегрированной торговой системы (рисунок 3), в основу которой положены результаты исследования жизненных циклов торговых систем Wal Mart, Aldi, IKEA, McDonald's, Kmart, X5 Retail Group, «Магнит» и других.

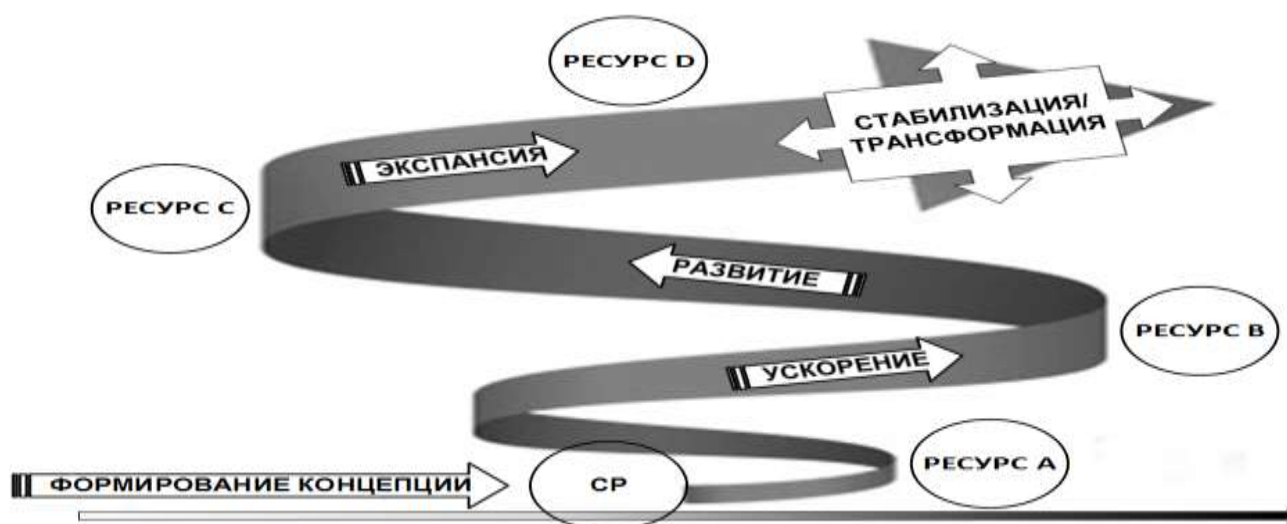


Рисунок 3. Авторская пространственно-временная модель формирования и развития интегрированной торговой системы

Модель отражает последовательное чередование эволюционных и «революционных» периодов развития. Эволюционные периоды обеспечивают накопление технологических, организационных и финансовых ресурсов для осуществления перехода системы на качественно более высокую стадию интеграции («революционный» период). Выделены и описаны необходимые для этого ресурсы (таблица 8).

Таблица 8 - Типовой сценарий развития интегрированной торговой системы в увязке с технологическим и финансовым ресурсом*

Ресурсы.	Результаты развития.
<u>Стартовый ресурс SM.</u> Наличие у основателя опыта работы в бизнесе, умения учиться у других, харизмы лидера, способности видеть идею, рисковать. Степень проработанности концепции бизнеса. Инвестиции из личных средств основателя с частичным привлечением займов, обычно на залоговой основе	<u>Этап 1. Формирование концепции.</u> Открытие торгового объекта – прообраза; отработка его концептуального решения. Создание нескольких подобных торговых объектов со случайным принципом размещения. Бессистемное заимствование технологий, развитие концепции торговой цепи (ориентация на увеличение объемов продаж, синергию закупки, завоевание доли на местном / региональном рынке)
<u>Ресурс А.</u> Инвестиции семьи и друзей владельца, привлечение инвесторов на основе партнерства (в том числе по каждому торговому объекту). Возможно привлечение стратегического инвестора	<u>Этап 2. Ускорение.</u> Компания объединяет более пяти торговых объектов малых форм или более двух – крупных форм. Торговая марка становится узнаваемой на муниципальном / региональном рынке. Сохраняет семейный профиль, ограничена в финансах. Испытывает проблемы в обмене информацией и координации товародвижения.
<u>Ресурс В.</u> Разработка или заимствование новаций, обеспечивающих технологический прорыв. Укрепление взаимосвязей с органами власти, поставщиками, формирование	<u>Этап 3. Развитие.</u> Компания приобретает межрегиональное значение, превращается в заметного работодателя и налогоплательщика, начинает проводить сделки M&A. В большинстве

зависимости у контрагентов. Нерегулярные заимствования свободных денежных средств с рынка (облигационные займы, IPO).	случаев становится публичной, объектом внимания со стороны конкурентов, рейдеров и государства.
<u>Ресурс С</u> Расширение кредитной базы, привлечение консолидированных кредитов, стратегических инвестиций под программу диверсификации, территориальной экспансии. Привлечение ресурса поставщиков. Технологии автоматизации операционных процессов, экономии ресурсов, обезличенного, процессного управления. Перераспределение доходов в цепи товародвижения	<u>Этап 4. Экспансия.</u> Компания осуществляет активную экспансию подобия (распространяет единообразие в формулах магазинов, дизайне, оборудовании, технологиях, ассортименте). Осуществляет отраслевую и межотраслевую диверсификацию. Интегрируется в международную систему разделения труда (формирование производственной и вспомогательной инфраструктуры за рубежом). Приобретает национальное значение.
<u>Ресурс D.</u> Развитие на кредитах стратегических инвесторов. Оптимизация структуры бизнеса, в отраслевом и территориальном разрезах. Широкое использование ресурсов поставщиков (товарного кредита)	<u>Этап 5. Стабилизация.</u> Организация проводит активную экспансию за рубежом, превращается в межотраслевую транснациональную систему, объект фондового рынка. Становится подвержена его влиянию, менее финансово устойчивой
<u>Ресурс Е.</u> Применение технологии организационного проектирования, ассоциирование или инкорпорирование поставщиков в систему, централизация и перераспределение ресурсов в цепи товародвижения. Привлечение инвестиций и оборотных средств малого бизнеса, лояльных покупателей. Омниканальное развитие торговой инфраструктуры.	<u>Этап 6. Трансформация.</u> Торговая система станет межотраслевой экономической системой с высокой степенью инкорпорирования, проводящей взвешенную политику развития. Переход от конгломератной к концентрированной форме интеграции. Торговая система будет развивать профиль хаба, оказывающего складские услуги для поставщиков и оптового обслуживания - для предприятий малого бизнеса.

*Источник: Авторская разработка

В работе доказано, что на каждом этапе жизненного цикла система решает трилемму: продолжать развитие, оставаться возможно дольше на достигнутом уровне или перейти к регрессу; сталкивается с опасностью институциональных отклонений. Нами описаны институциональные отклонения системообразования в торговой сфере, в том числе впервые выявлены и аргументированы свойственные процессу интеграции отклонения «искусственного ускорения темпов роста» и «отсутствия преемственности в управлении».

Обоснована стратегия геоцентрического развития интегрированной торговой системы на основе эволюционной диффузии и территориально-отраслевой оптимизации, адаптации организационной среды под осваиваемые рынки, перехода с модели ускоренного экстенсивного роста на модель интенсивного, межотраслевого развития. Предложена концептуальная схема построения интегрированной торговой системы (рисунок 4).



Рисунок 4 - Концептуальная схема построения интегрированной торговой системы. Источник: авторская разработка

Основные принципы концепции заключаются в следующем: 1) расширение линейки форм и формул магазинов; 2) пространственное развитие за счет экспансии подобию с элементами индивидуализации на уровне региона и торгового объекта (оформление, ассортимент); 3) перевод функциональных и обслуживающих подразделений на принципы хозрасчета и производственного аутсорсинга; 4) перераспределение ресурсов на основе сравнительного анализа эффективности бизнес-направлений, объединений предприятий и торговых объектов; 5) проектирование организационной конфигурации, параллельное развитие бизнес-профилей, дифференцированное присутствие на территориальных рынках; 6) привлечение инвестиций и оборотных средств за счет франчайзинга, ассоциирования поставщиков; 7) управление недвижимостью на основе внутрисистемного аудита использования торговых площадей, 8) инвестирование в инфраструктурные проекты (производство, логистику, собственные финансовые учреждения); 9) создание научно-исследовательского подразделения для разработки и внедрения инноваций.

6. Сформулированы принципы формирования синергетического эффекта, выявлены и теоретически обоснованы способы его преобразования в денежную форму. Разработаны методические подходы к оценке системного потенциала и его реализации с позиций рыночного и ресурсного подходов; стратегирования развития интегрированных торговых систем на основе организационного проектирования; модель системного развития за счет ассоциирования и

встраивания малых предприятий на принципах кооперирования и франчайзинга; механизм межотраслевой экспансии торговых систем на основе управления ассортиментом и товародвижением.

Исследовано влияние возникающего в интегрированной торговой системе синергетического эффекта на ее развитие. Установлено что синергетический эффект обуславливает перераспределение структуры генерируемых торговой системой доходов в сторону неценовых форм (взаиморасчетов с контрагентами). Разработана классификация неценовых доходов на «технологическую» составляющую, образуемую выплатами поставщиков за включение товара в ассортимент, маркетинговую поддержку, мерчендайзинг, и «оборотную» часть, к которой предложено относить скидки к закупочным ценам, предоставляемые поставщиками за объемы продаж. Обосновано отнесение к неценовым механизмам формирования системной синергии доходов от управления недвижимостью (как собственной, так и арендованной), а также экономии капитальных и операционных затрат на основе оптимизации бизнес-процессов.

Методические подходы к оценке системного потенциала предложено выражать многофакторной зависимостью (1), где количество торговых объектов и площадей характеризует социально–экономическую значимость системы, показатель консолидированного оборота - ее «экономическую силу» (закупочную мощность), показатель ЧДП – инвестиционные возможности и степень сопряжения торговых объектов (финансовые потоки интегратора).

$$\text{Пр} = f \{ \text{КТО}, S, \text{ТОитс}, \text{ЧДП} \} \quad (1)$$

где: Пр – потенциал развития ИТС, КТО – количество действующих (планируемых к запуску) торговых объектов, S – их совокупная торговая площадь, ТОитс – консолидированный товарооборот, ЧДП – формируемый системой чистый денежный поток.

Комплексную оценку потенциала ИТС предлагается определять ее долей на рынке РФ, региона или муниципального образования (2); ресурсного потенциала - функцией рассмотренных выше элементов синергетического эффекта (3), учитывающей доходы торговой системы, стоимость собственных основных средств, экономию операционных расходов от технологичности процесса (например, от привлечения товарного кредита) и эффект инвестиционной деятельности (к примеру экономию от применения типового

проекта или оборудования).

$$PC = (TO_{итс} / OPr) \times 100 \quad (2),$$

$$PPC = f \{ (OD + MC + AD + ДУН), АО, ИЭ, ОЭ \} \quad (3),$$

где: PC – «рыночная сила» торговой системы, в %, OPr – объем продаж на рынке (его сегменте) или в регионе (муниципальном образовании), PPC – собственный ресурсный потенциал развития интегрированной торговой организации, OD – доходы от операционной деятельности, MC – маркетинговые сборы (back маржа), AD – доходы от аренды / субаренды, ДУН – доходы от управления собственной недвижимостью, АО – амортизационные отчисления, ИЭ – экономия инвестиций, ОЭ – операционная экономия (все в сопоставимом периоде).

Системный потенциал можно выразить также через оценку привлекаемых заемных средств или стоимости группы компаний на рынке (4, 5)².

$$PP_{итс} = PPC + ВПС - ЗОД \quad (4),$$

$$PP_{итс} = k \times EBITDA - Об \quad (5)$$

где: PP_{итс} – совокупный ресурсный потенциал ИТС, ВПС – сумма доступных внешних заимствований, ЗОД – затраты на погашение и обслуживание привлекаемых заемных средств, EBITDA – показатель, характеризующий прибыль до налогообложения, уплаты процентов плюс амортизационные отчисления, k – средний мультипликатор по отрасли, рассчитываемый на основании истории M&A продаж, Об – финансовые обязательства компании.

Разработана принципиальная схема организационного проектирования развития ИТС (рисунок 5).

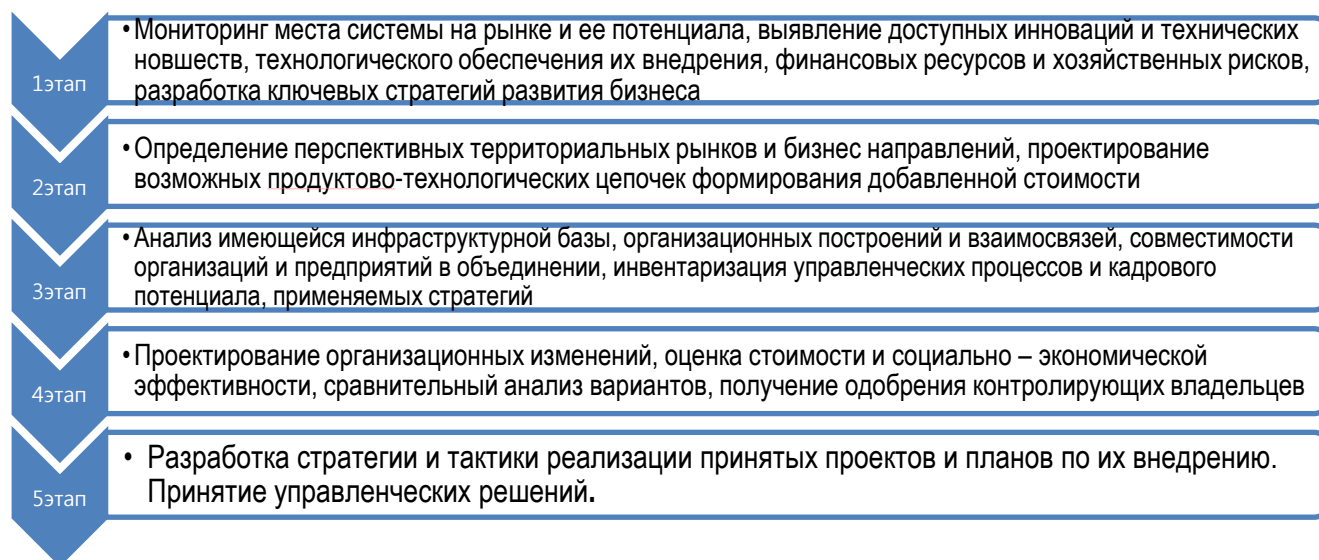
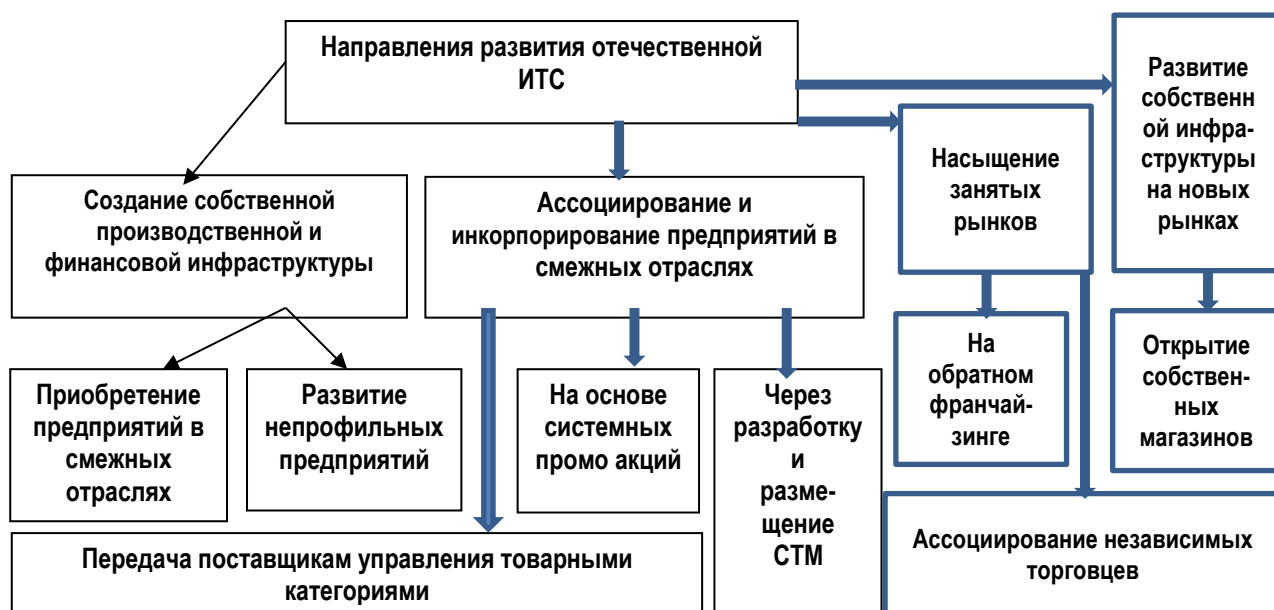


Рисунок 5 - Принципиальная схема организационного проектирования развития интегрированной торговой системы. Источник: разработка автора

² Применение указанных подходов на практике рассмотрено в работах: Чеглов В.П. О возможности математического моделирования развития торговой организации на основе анализа ее взаимодействия с основным конкурентом // Поволжский торгово-экономический журнал. Саратов. - 2014 - №3. - С. 12-20, ряде публикаций в журналах, рекомендованных ВАК

Обоснованы стратегические направления пространственного развития отечественных ИТС в условиях ужесточения внутрифирменной конкуренции и расширения экспансии зарубежных участников рынка (рисунок 6).



Стрелкой  обозначены стратегические направления

Рисунок 6 - Направления и инструменты пространственного развития отечественной интегрированной торговой системы. Составлено автором.

Разработаны методические подходы ассоциирования производителей в торговую систему на основе выстраивания взаимовыгодных партнерских отношений (маркетинга отношений), алгоритм их инкорпорирования (рисунок 7),



Рисунок 7 - Модель пространственного развития интегрированной торговой системы. Источник: авторская разработка

Модель предполагает на первом этапе подключение поставщиков в информационной платформе торговой системы, на втором - передачу им права управления товарными категориями, на третьем этапе - переход к совместному управлению системными промо активностями, разработкой и продажами СТМ.

7. Предложены инструменты согласования интересов крупных торговых компаний и малых предприятий, в том числе: модель создания интегрированных торговых систем на кооперативных началах, методические подходы к формированию межотраслевых кластеров на базе торговых центров, предложения по выравниванию условий конкуренции торговых систем на основе матрицы розничных форматов.

Результаты исследования позволяют резюмировать: сегодня влияние на потребительский рынок интегрированных торговых систем уравнивается лишь потенциалом крупных производителей, отсутствуют условия для эффективного саморегулирования торговли.

В работе обоснован концептуально важный вывод в том, что развитие интегрированных торговых систем должно способствовать сохранению и становлению малого бизнеса, его инноватизации; реновации торговой инфраструктуры, выравниванию обеспеченности регионов России качественными торговыми площадями. Для этого важно согласовать системные интересы с общественными потребностями в части распределения товарных и денежных потоков, сохранения самозанятости и рабочих мест, реинвестирования прибыли в России; интересами малых и средних производителей в сохранении бизнеса, доступности каналов продаж, добросовестного распределения доходов; определить место и роль специализированной оптовой торговли и логистики в новой экономической реальности.

Нами сформулированы предложения по стратегированию социально – экономического развития интегрированного сектора торговли РФ, которые целесообразно включить в Стратегию развития торговли в РФ до 2000 года и последующую редакцию (таблица 9). Разработаны методологические подходы и инструменты, реализация которых позволит уравновесить влияние на рынок торговых компаний мезоуровня,

Таблица 9 - Направления и инструменты регулирования социально – экономического развития интегрированной торговли (разработаны автором)

Стратегические задачи развития*	Достигнутые результаты	Предложения для реализации в сфере интегрированной торговли
1.Развитие механизмов саморегулирования, прежде всего в сетевой розничной торговле.	Формирование отраслевой ассоциации (АКОРТ),союзов (СНСР, НАСТ, др.), ряда ассоциаций поставщиков	Развитие механизмов отраслевого саморегулирования с ограниченным вмешательством государства. стимулирование создания региональных отраслевых ассоциаций и межотраслевых кластеров. Трансформация ценовой конкуренции торговых компаний в конкуренцию стандартов торговли, Актуализация кодекса добросовестных практик. Защита интересов отечественных ИТС в части ограничения транснациональных компаний в развитии собственных торговых сетей в РФ условиями коммерческого партнерства с отечественными предпринимателями с долей участия не выше 50% капитала управляющей компании
2..Развитие малого торгового бизнеса и самозанятости	Сокращение доли малого бизнеса на рынке	Принуждение интегрированных торговых систем к осуществлению децентрализованной закупки и продажи региональных / местных товаров в местах их производства на условиях консигнации, с установлением торговой надбавки не выше среднего по товарной категории значения и запрета на получение маркетинговых сборов. Делегирование регионам права устанавливать для ИТС экономически обоснованные целевые ориентиры локализации закупки товаров (дифференцированные по товарным категориям), с размещением их в интернет-сети и указанием доступных источников товарных ресурсов. Нормирование условий допуска продукции малых предприятий в торговые каналы федеральных ИТС
3.Поддержка социально ориентированных форм торговли	Сетевое размещение ярмарок выходного дня	Стимулирование торговых систем к выделению торговых площадей в магазинах под реализацию продукции фермерских и промысловых хозяйств (за счет компенсации затрат из региональных бюджетов)
4..Развитие современного оптового продовольственного звена	Поддержка регионами создания многофункциональ ных оптовых центров	Поддержка преференциями развития оптово-логистических ИТС федерального значения, ориентированных на обслуживание малого торгового и производственного бизнесов, их региональных объединений, зарегистрированных в форме публичного акционерного общества
5.Развитие современных сетевых торговых форматов	Неравномерное развитие, отсутствуют в ряде регионов и сельской местности	Запрещение распространения в РФ франшиз, имеющих признаки дискриминации отечественных предпринимателей, а также регионального субфранчайзинга. Законодательное обеспечение преимущественных прав малых отечественных предпринимателей в приобретении распространяемых в РФ франшиз, формирование условий развития ИТС на кооперативных началах. Регулирование муниципальными органами власти размещения системных торговых объектов, предоставление земельных участков и преференций под строительство новых торговых объектов

6. Установление единообразных подходов к торговой политике в регионах	Допускаются региональные и сегментарные отличия в регулировании	Разработка на федеральном уровне методических положений (стандарта) по регулированию деятельности транснациональных и федеральных ИТС в регионах РФ, согласованию муниципальными образованиями размещения системных торговых объектов, вне зависимости от специализации и регионов присутствия
---	---	--

*Даны по стратегии развития торговли в РФ на 2015-16 гг. и период до 2020 г, утвержденной Минпромторгом 25.12.14), с. 6-13. Электронный ресурс consultant.ru

Концептуально важные подходы сводятся к следующим.

1) Стимулирование формирования малыми торговыми предприятиями региональных (межрегиональных) ИТС на принципах технологического кооперирования и инкорпорирования. Авторская модель интеграции на ассоциативно-корпоративных началах приведена на рисунке 8;

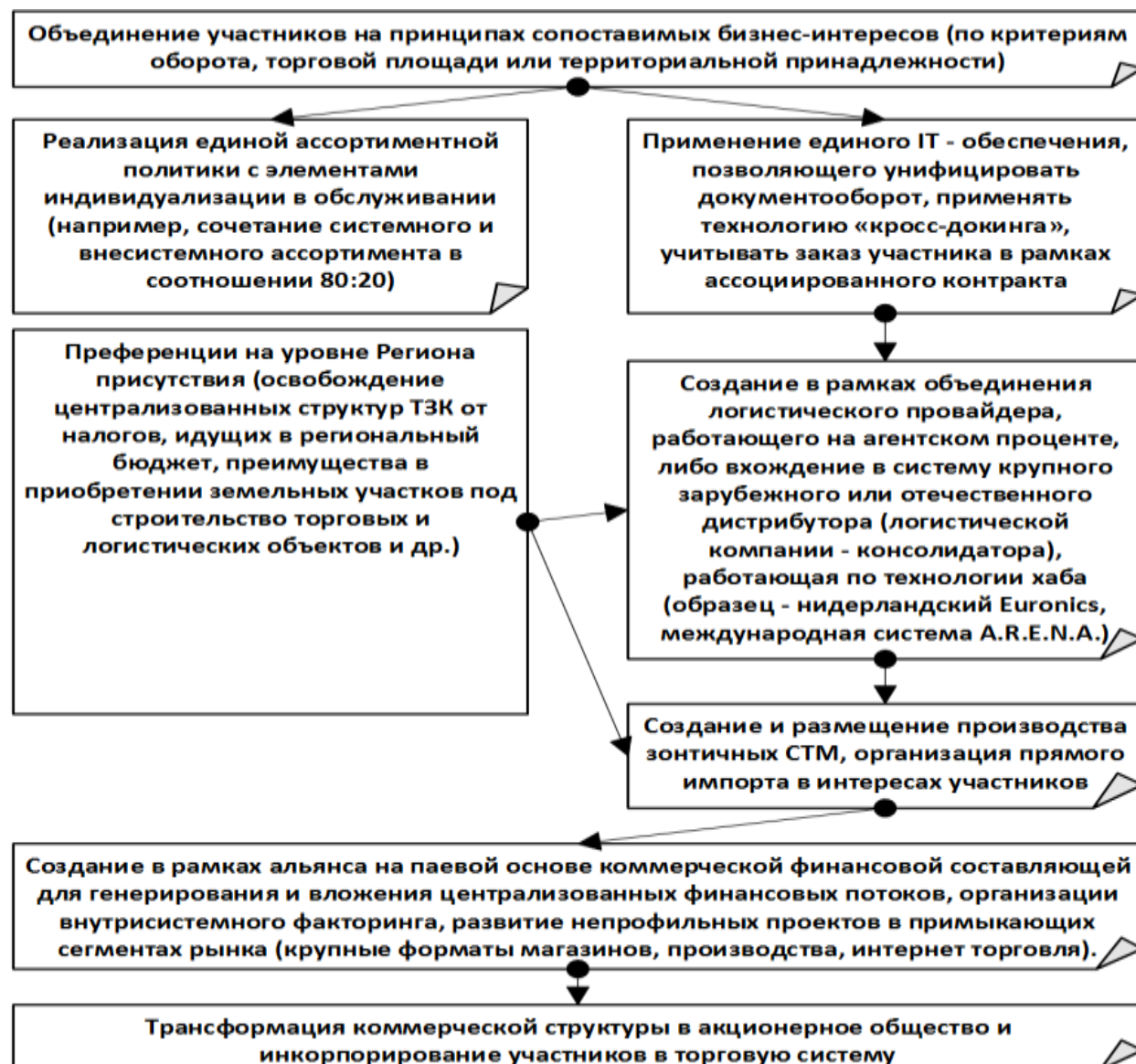


Рисунок 8 - Модель формирования интегрированных торговых систем на ассоциативно – корпоративных принципах. Источник: разработка автора.

2) Создание федеральной оптово-логистической системы на условиях частно-государственного партнерства, обслуживающей интересы малого торгового бизнеса.

3) Стимулирование создания межотраслевых кластеров на базе торговых центров городского (регионального, межрегионального) значения.

4) Стандартизация разработанной в работе матрицы розничных форматов, применение которой обеспечит выравнивание условий конкуренции торговых систем, позволит сделать нормативы обеспеченности населения торговой площадью практико ориентированными.

8. Разработаны методические принципы рамочного регулирования условий ведения системного бизнеса в торговой сфере России, комплекс предложений и рекомендаций, реализация которых будет способствовать развитию отечественных интегрированных торговых систем. Обоснованы рекомендации по актуализации положений кодекса добросовестных практик, механизм его принудительно-добровольного распространения на мезоуровневые торговые системы Сформулированы методические подходы по мониторингу процесса интеграции в торговле

В исследовании обосновывается целесообразность отказа от применения специального режима антимонопольного регулирования продовольственной торговли и перехода к рамочному регулированию развития торговых систем мезоуровня на принципах ограниченного вмешательства государства, добровольного принятия остальными участниками рынка обязательств по соблюдению добросовестных практик; развития саморегулирования в торговой сфере на уровне регионов РФ.

Разработаны методологические подходы применения положений Кодекса добросовестных практик на федеральном уровне. Прежде всего, документу предлагается придать принудительно-добровольный характер применения. В работе обосновано обязательное его распространение только на интегрированные торговые системы мезоуровня, а также иные торговые организации, нарушающие антимонопольное законодательство, независимо от объемов их деятельности (по результатам расследований ФАС). На добровольных началах к Кодексу должны получить возможность

присоединиться на основе публичной декларации другие торговые компании и производители. Кодекс должен содержать ограниченный перечень обязательных к исполнению норм и требований, реализация которых направлена на соблюдение стандартов и качества торгового обслуживания, защиту интересов малых производственных и торговых предприятий, а также потребителей услуг.

Аргументирована необходимость введения участниками Кодекса института менеджера по его соблюдению, возложение функций внешнего надзора за его исполнением на МЭС при Торгово-промышленной палате РФ. Сформулированы методические подходы по актуализации основных положений действующего Кодекса добросовестных практик. Функцию регулирования проникновения ИТС в регионы предлагается переложить на муниципалитеты, придать процедуре размещения нового системного объекта разрешительный характер на основании решения очно-заочного референдума жителей.

Доказано, что Росстат недостаточно отслеживает происходящие в торговой сфере процессы интеграции, развития интегрированных торговых систем, внедрения новых технологий. Обоснованы предложения по совершенствованию методологии статистических наблюдений в торговой сфере, введению в практику специальной статистической формы 1-Торг (интеграция).

9. Разработан комплекс предложений и рекомендаций по совершенствованию управления в отечественной интегрированной торговой системе, в том числе методические подходы и модель оптимизации управленческой структуры, модель повышения эффективности оперативного управления территориально удаленными торговыми объектами

Разработаны методические подходы совершенствования управления отечественными интегрированными торговыми системами. Предложена модель процессного управления ИТС, в основу которой заложено деление управленческой структуры на три блока: процессы верхнего или «стратегического» уровня, основные (операционные) и обеспечивающие процессы. На верхнем уровне управления торговой системой предлагается сконцентрировать функции принятия стратегических решений, обеспечивающие системное развитие бизнеса, управление ресурсами и финансами, выделив этот

блок в управляющую (холдинговую) компанию. Переместить центр ответственности за формирование доходов в коммерческие подразделения, к которым следует относить департаменты закупки, управления недвижимостью и операционные подразделения (рисунок 9).

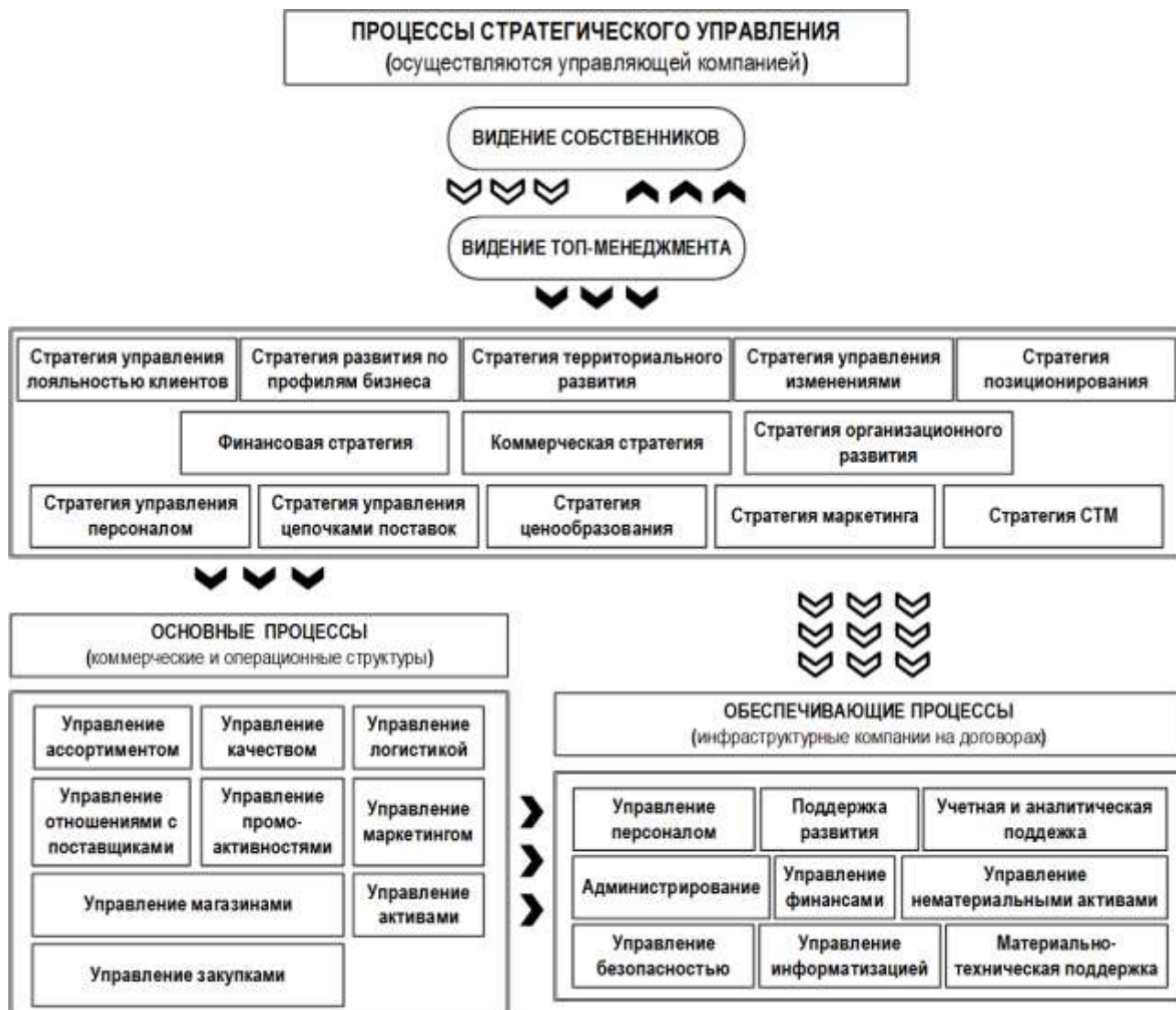


Рисунок 9 - Модель процессного управления крупной интегрированной торговой системы. Источник: разработка автора.

Сформулированы предложения по расширению хозяйственной самостоятельности и повышению статуса указанных подразделений в управленческой иерархии за счет хозяйственного обособления, переводу функциональных и обслуживающих подразделений на договорные отношения или производственный аутсорсинг, подключению к основным блокам управления ассоциированных и лояльных производителей; замене административного контроля торговых объектов на финансовый контроль

исполнения нормативов, устанавливаемых центральным офисом через региональные филиалы. Реализация предложений позволит превратить управление процессами в управление сценарием системного развития; заместить механизмы принуждения инструментами управления на основе ценностей. Разработана модель оперативного управления территориально удаленными торговыми объектами (рисунок 10).



Рисунок 10 - Модель оперативного управления территориально удаленными торговыми объектами. Источник: разработка автора.

Модель предусматривает формирование в структуре ИТС бизнес-единиц (объединений территориально и технологически близких торговых объектов), придание им большей хозяйственной самостоятельности за счет перераспределения части управленческих функций коммерческой и операционной дирекций (например, управления товарными запасами и закупками товаров местного производства, доходами и ценообразованием, персоналом). Предложена система ключевых показателей оценки эффективности

работы управляющих менеджеров.

III. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе многолетних исследований получены научные результаты теоретического, методологического и практического характера, в совокупности представляющие авторскую концепцию устойчивого развития крупных интегрированных торговых систем в России, методологические и методические подходы формирования условий эффективного системообразования. Реализация концепции позволит придать процессу интеграции в торговой сфере России сбалансированный характер, обеспечить социально-экономическую эффективность, конкурентоспособность и устойчивость российских торговых систем, встроить малый бизнес в новую хозяйственную реальность.

Ряд сформулированных в работе концептуальных и методологических подходов требует дальнейших изысканий, прежде всего, в части апробации предложенных инструментальных подходов организационного проектирования, разработки механизмов строительства федеральной системы мелкооптовой торговли, трансформации потребительской кооперации создания на ее основе межрегиональных интегрированных торговых систем; разработки формы статистического мониторинга процессов интеграции в сфере обращения.

IV. НАУЧНЫЕ ПУБЛИКАЦИИ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИОННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Монографии:

1. Чеглов В.П. Интеграция торговли в России: теория и практика. Монография [Текст]. В.П. Чеглов // Проспект – 2016 – 176 с. – 11 п.л.
2. Чеглов В.П. Инновационный ритейл. Организационное лидерство и эффективные технологии. 2-е изд. переработанное и дополненное. Монография [Текст] В.П. Чеглов // М., Изд-во Форум. – 2014 – 272 с. – 17 п.л.
3. Чеглов В.П. Современная торговля: вопросы конкурентоспособности и социальной политики. Монография [Текст] Л.А. Брагин, С.Л. Орлов, Г.Г. Иванов, В.П. Чеглов и др. М., Изд-во Форум. – 2014 – 192 с. – 12 п.л. (авт. – 2,1 п.л.).
4. Чеглов В.П. Сетевой ритейл: концепции и стратегии, ловушки и решения. Монография [Текст] В.П. Чеглов // М. Вузовский учебник/ИНФРА-М. - 2013 - 205 с. – 13 п.л.
5. Чеглов В.П. Инновационный ритейл. Организационное лидерство и эффективные технологии. Монография [Текст]. В.П. Чеглов //М., Форум. – 2013

- 208 с. – 13 п.л.

6. Чеглов В.П. Актуальные вопросы развития потребительского рынка мегаполиса: теория и практика. Монография. [Текст]. Г.Н. Чернухина, В.П. Чеглов и др. // М.: Изд-во РГТЭУ – 2012 - 256 с. – 13 п.л. (авт. – 2,0 п.л.).

Статьи, опубликованные в ведущих рецензируемых научных журналах и изданиях, рекомендованных ВАК России:

1. Чеглов В.П. О месте малого бизнеса в условиях формирования и развития интегрированных торговых систем в России [Текст] В.П. Чеглов // Вестник Академии. МОСАП - 2017 - №3. – С. 37-48. – 0,9 п.л

2. Чеглов В.П. Регулирование интеграции торговли в России в условиях системной парадигмы развития [Текст] В.П. Чеглов // Экономика и предпринимательство. – 2017 - № 9 ч.1. - С. 80-86. – 0,5 п.л.

3. Чеглов В.П. Особенности системной экономической интеграции в России [Текст] В.П. Чеглов // Вестник Академии. МОСАП - 2016 - №3. - С. 59-66. - 0,6 п.л.

4. Чеглов В.П. О совершенствовании операционного управления в интегрированной торговой системе. [Текст] В.П. Чеглов // Вестник Академии, МОСАП. - 2016-№ 4. - С. 88-94. - 0,5 п.л.

5. Чеглов В.П. О природе «недобросовестных практик» в торговле и механизме регулирования отрасли в условиях интеграции. [Текст] В.П. Чеглов. А.В. Чеглов А.В.// Вестник Академии. МОСАП. - 2016- № 2. - С. 45-53. – 0,7 п.л. (авт. – 0,4 п.л.).

6. Чеглов В.П. Теоретико –методологическое обоснование применения категории «интегрированная торговая система» при анализе процессов трансформации торговли в России. [Текст] В.П. Чеглов // Российское предпринимательство. – 2015 - Том 16 - № 11. - С. 1679-1688. – 0,5 п.л.

7. Чеглов В.П. Интеграция торговли России и механизмы формирования мезоуровня потребительского рынка. [Текст] В.П. Чеглов // Вестник Академии, МОСАП. - 2015 - № 2. - С. 160 - 165. - 0,5 п.л.

8. Чеглов В.П. Направления совершенствования управления операционной эффективностью в интегрированной торговой организации. [Текст] В.П. Чеглов // Вестник Академии. МОСАП. - 2015 - № 3. - С. 77-82. - 0,5 п.л.

9. Чеглов В.П. О проблемах государственного регулирования торговли в России в условиях ее интеграции [Текст] В.П. Чеглов, Г.Н. Чернухина // Вестник Академии. МОСАП. - 2015 - № 4. - С. 93-99. – 0,5 п.л. (авт. – 0,4 п.л.).

10. Чеглов В.П. О математическом моделировании стратегий развития сложных организационных систем. [Текст] В.П. Чеглов, А.А. Березин // Журнал "Менеджмент и бизнес-администрирование" М., ЗАО "ИД "Экономическая газета". - 2014 - № 3. - С. 90 – 101. – 1,1 п.л. (авт. – 0,6 п.л.).

11. Чеглов В.П. Влияние розничных торговых сетей на социально – экономические параметры функционирования регионов [Текст] В.П. Чеглов // Журнал "Менеджмент и бизнес-администрирование" М., ЗАО "Издательский дом "Экономическая газета". - 2013 - № 4. - С. 137- 147. – 1,0 п.л.

12. Чеглов В.П. Организационное поведение бизнеса в зависимости от архетипа и функциональной ролевой модели его владельца [Текст] В.П. Чеглов. И.А. Чеглова // Вестник РГТЭУ-2013. - № 7-8. - С. 104-114. – 1,4 п.л. (авт. – 0,7 п.л.).
13. Чеглов В.П. Сравнительный анализ экономических параметров компаний сферы услуг в процессе бенчмаркинга на основе математической модели [Текст] В.П. Чеглов, А.А. Березин // Вестник Академии. МОСАП, - 2014 - № 2. - С. 29 – 34. – 0,5 п.л. (авт. – 0,3 п.л.).
14. Чеглов В.П. Совершенствование методологии статистического наблюдения как основа государственного регулирования процессов сетевизации ритейла [Текст] В.П. Чеглов // Вестник РГТЭУ. – 2013 - № 4. - С. 103-115. – 1,2 п.л.
15. Чеглов В.П. О взаимосвязи архетипов основателей бизнеса и стратегий развития компаний [Текст] В.П. Чеглов. И.А. Чеглова // Менеджмент и бизнес-администрирование. – 2013 - № 3. - С. 163-173. – 1,1 п.л. (авт. – 0,6 п.л.).
16. Чеглов В.П. Институциональные формы и способы формирования и развития современного ритейла в России. [Текст]. В.П. Чеглов // Менеджмент в России и за рубежом. – 2013. - № 3. – С. 78-84. – 0,5 п.л.
17. Чеглов В.П. О качестве институционального регулирования розничной торговли. [Текст] В.П. Чеглов. Г.Н. Чернухина // Менеджмент и бизнес-администрирование. – 2013 - № 2. - С.28-37. – 1,1 п.л.
18. Чеглов В.П. Технологии товародвижения в сетевых торговых организациях: проблемы и решения. [Текст] В.П. Чеглов // Менеджмент и бизнес-администрирование. – 2012- № 4. – С. 98-110. – 1,2 п.л.
19. Чеглов В.П. Концептуальные подходы формирования розничных торговых сетей в РФ. [Текст] В.П. Чеглов // Вестник Академии. - 2012. - № 4. – С. 92-96. - 0,5 п.л.
20. Чеглов В.П. Институциональные подходы к совершенствованию холдинговой структуры управления в целях оптимизации сетевого бизнеса в ритейле. [Текст]. В.П. Чеглов // Менеджмент и бизнес-администрирование. – 2012. - № 2. - С. 158-169. - 1,0 п.л.
21. Чеглов В.П. Анализ институциональных форм создания и развития сетевых компаний в отечественном ритейле. [Текст]. В.П. Чеглов // Вестник РГТЭУ. - 2012 - № 12. - С. 80-91. – 1,4 п.л.
22. Чеглов В.П. Розничные торговые сети: особенности планирования хозяйственной деятельности. [Текст]. В.П. Чеглов // Вестник РГТЭУ. - 2012 - № 10. - С.114-122. – 1,2 п.л.
23. Чеглов В.П. Методические подходы к бюджетированию мультиформатной розничной торговой сети [Текст]. В.П. Чеглов // Менеджмент и бизнес-администрирование. - 2012 – № 1. - С.144-155. – 1,1 п.л.
24. Чеглов В.П. Методические подходы к построению системы стимулирования труда менеджмента в современных розничных торговых сетях. [Текст] В.П. Чеглов, А.С. Максименко // Вестник Академии. МОСАП.- 2012. - № 3. – С. 49-51. – 0,34 п.л. (авт. – 0,17 п.л.).
25. Чеглов В.П. Организация бюджетирования в розничных торговых сетях:

от теории к практике [Текст]. В.П. Чеглов // Вестник РГТЭУ. - 2012. – № 3 - С. 159-168. – 0,9 п.л.

26. Чеглов В.П. Экспансия розничных сетей в регионы: эффекты и афффекты [Текст]. В.П. Чеглов // Вестник РГТЭУ. - 2011 - №12. – С. 128-139. – 1,2 п.л.

27. Чеглов В.П. Вопросы развития управления розничным торговым предприятием в условиях сетевизации [Текст] В.П. Чеглов // Вестник Академии. МОСАП. - 2011. - №4. - С. 88-89. – 0,25 п.л.

28. Чеглов В.П. Проблемы повышения конкурентоспособности малого и среднего бизнеса в торговле [Текст] Е.В. Карпова, В.П. Чеглов, М.А. Есипенко // Вестник РГТЭУ. - 2011- №11. - С. 128-140. – 1,4 п.л. (авт. – 0,7 п.л.).

29. Чеглов В.П. Совершенствование управления розничной торговой сетью: новые реалии ритейла. [Текст] В.П. Чеглов // Менеджмент и бизнес-администрирование. - 2011- № 4. - С. 52-59. – 0,6 п.л.

30. Чеглов В.П. Сетевые структуры в бизнесе: концептуальные и организационно - правовые аспекты развития [Текст] В.П. Чеглов // Вестник РГТЭУ. - 2011 - № 7-8. - С.124-133. - 0,9 п.л.

31. Чеглов В.П. Кадровое обеспечение торговли: сегодня и завтра отрасли [Текст] В.П. Чеглов, А.А. Есютин // Вестник РГТЭУ- 2011 - №3. – С. 131-142. – 1,3 п.л. (авт. – 0,7 п.л.).

32. Чеглов В.П. Методы управления развитием сетевой продовольственной торговли в РФ: практика и перспективы (авторское исследование). [Текст] В.П. Чеглов // Вестник РГТЭУ. - 2011. - №1- С. 120-130. - 1,2 п.л.

Публикации в рецензируемых изданиях:

1.Чеглов В.П. О возможности математического моделирования развития торговой организации на основе анализа ее взаимодействия с основным конкурентом [Текст] В.П. Чеглов // Поволжский торгово-экономический журнал. Саратов. - 2014 - №3. - С. 12-20. – 0,97 п.л.

2.Чеглов В.П. Концептуальные подходы к формированию и продвижению собственной торговой марки в сетевом ритейле [Текст] В.П. Чеглов // Поволжский торгово-экономический журнал. - Саратов. - 2014 - №4. - С. 14-27. – 0,91 п.л.

3.Чеглов В.П. Трансформация и организационное поведение сетевой торгующей организации в условиях развития производительных сил [Текст] В.П. Чеглов // Поволжский торгово – экономический журнал - 2013. - №5- С. 6-21. – 1,3 п.л.

5.Чеглов В.П. Технология промо акции в крупной розничной торговой сети: цели применения и организация [Текст] В.П. Чеглов // Торговое дело. Торговое право. – 2011№ 4. - С. 123-130 – 0,9 п.л.