

УДК 332.1

Анализ потенциала развития оптовой и розничной торговли в Забайкальском крае

О.В. Гладких

Читинский институт Байкальского государственного университета, ул. Анохина 56, Чита, Россия
olga-gladkikh@bk.ru

Статья поступила 01.08.2018, принята 6.09.2018

Развитие торгового сектора имеет важное экономическое и социальное значение для повышения уровня жизни населения в каждом отдельном субъекте Российской Федерации. В статье представлен обзор нормативно-правовой базы торговли и особенности ее регулирования в Забайкальском крае. Автором дана оценка состояния розничной и оптовой торговли в Забайкальском крае. Для сферы торговли характерна неравномерность ее развития на территории края и различный уровень эффективности работы предприятий. Отмечено, что покупатели в условиях современного рынка более требовательны не только к качеству продукции, но и к сервису. В статье раскрываются причины, повлиявшие на отставание в развитии оптовой торговли по сравнению с розничной торговлей. Определено, что торговля в Забайкальском крае имеет достаточный потенциал роста и, являясь гибким сектором экономической структуры региона, способна быстро реагировать на меняющееся состояние рынка.

Ключевые слова: Забайкальский край; муниципальные образования; факторы развития торговли; розничная торговля; оптовая торговля; удовлетворенность покупателей.

Analysis of potential development of wholesale and retail trade in Zabaikalsky Krai

O.V. Gladkikh

Chita Branch of Baikal State University of Economics and Law; 56, Anokhin St., Chita, Russia
olga-gladkikh@bk.ru

Received 01.08.2018, accepted 6.09.2018

The development of the trade sector has important economic and social value to improve the standard of living of each federal subjects of the Russian Federation. The article presents the legal and regulatory framework for trade and the specifics of its regulation in Zabaykalsky Krai. The assessment of retail and wholesale trade condition in Zabaikalsky Krai is given. The sphere of trade is characterized by uneven development in the territory of the region and a different level of efficiency of enterprises. It is noted that the customers in present marketplace are more demanding, not just of product quality, but also of service. The article reveals the reasons affected the lag in the development of wholesale trade in comparison with retail. It is founded that being a flexible sector of region economic structure, trade in Zabaykalsky Krai has sufficient growth potential, and it is able to react quickly to changing market condition.

Keywords: Zabaykalsky Krai; municipalities; factors of trade development; retail trade; wholesale trade; customer satisfaction.

Для реализации предпринимательских интересов в сфере оптовой и розничной торговли необходимо понимание основных факторов маркетинговой среды и оценка их влияния на состояние и перспективы указанной

сферы. Предприниматель должен понимать, что рыночная среда характеризуется высоким уровнем неопределенности и динамичности, что требует постоянного мониторинга ситуации и получения оперативных и, по возмож-

ности, объективных данных. В этой связи перечень источников информации должен включать официальные статистические данные, аналитические данные министерства экономического развития Забайкальского края, обеспечивающего организацию решения вопросов в сфере стратегического планирования и развития потребительского рынка, а также данные, полученные в ходе самостоятельно проводимых маркетинговых исследований по различным сегментам регионального рынка. Весь комплекс информации позволит выявить наиболее существенные связи между процессами региональной социально-экономической системы, установить функциональную зависимость между развитием отдельных сфер деятельности и выделить так называемые локомотивы роста. И, как указано в ряде исследований, проводимых в регионе, «обеспечит возможность воспроизводства нескольких сценариев, включающих механизмы оптимизации отрицательных и положительных трансформаций данных процессов» [1].

Представлены результаты маркетингового исследования сферы оптовой и розничной торговли в Забайкальском крае, проведенного на основе вторичной информации, предоставленной минэкономразвития Забайкальского края и управлением потребительского рынка городского округа «Город Чита», а также на основе анализа нормативно-правовой базы торговли.

В ходе исследования проводился сбор первичной информации по объектам торговли в Чите, где сконцентрированы основные товарные потоки, так как большинство мелкооптовых и розничных предприятий, расположенных в муниципальных районах, осуществляют закупки в краевом центре (исключение составляют предприниматели Петровск-Забайкальского и Красночикойского районов, которые осуществляют закупки в соседней Республике Бурятия).

Основные тенденции в развитии сферы оптовой и розничной торговли выявлены на основе анализа экспертных оценок предпринимателей и представителей органов государственной власти и местного самоуправления.

На неравномерность развития торговли на территории края и различный уровень эффективности работы предприятий торговли оказывают существенное влияние физико-

географические и природно-климатические факторы размещения Забайкальского края, такие как:

1) значительная протяженность Забайкальского края с севера на юг, при этом три из 31 района края приравнены к северным (Тунгиро-Олекминский, Тунгокоченский и Каларский) и являются наиболее протяженным, труднодоступными и слабо заселенными;

2) концентрация основной численности населения в городских поселениях и городских округах центральных районов края;

3) концентрация основных логистических центров вблизи железнодорожных магистралей;

4) соседство с КНР, что в настоящий момент обуславливает большую часть товарных потоков импорта, поскольку Китай является основным поставщиком продовольственных и потребительских товаров на рынок Забайкальского края;

5) резко-континентальный климат, обуславливающий значительное воздействие природных явлений (дождь, низкие температуры) на товары при их транспортировке, что увеличивает риск их потери при транспортировке и значительные затраты при хранении.

Нормативно-правовая база, определяющая предпринимательскую деятельность в сфере оптовой и розничной торговли, включает федеральные законы «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» от 28.12.2009 г. № 381-ФЗ, «О розничных рынках и о внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации» от 30.12.2006 г. № 271-ФЗ, «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 г. № 2300-1 и др.; Постановление правительства Российской Федерации «Об утверждении Правил установления субъектами Российской Федерации нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов» от 09.04.2016 г. № 291 и др.; Приказ Минпромторга России от 25.12.2014 г. № 2733 «Об утверждении Стратегии развития торговли в Российской Федерации на 2015–2016 годы и период до 2020 года»; ряд ГОСТов, среди которых ГОСТ Р 51303-2013 «Национальный стандарт Российской Федерации. Торговля. Термины и определения»; региональное законодательство: приказ минэкономразвития Забайкальского края от 27.12.2016 г. № 138-од

«Об утверждении нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов», приказ минэкономразвития Забайкальского края от 22.09.2010 г. № 115-од «Об установлении порядка разработки и утверждения органами местного самоуправления схем размещения нестационарных торговых объектов» и др.

Несмотря на значительный перечень представленных документов, предприниматель в торговой сфере должен понимать, что вся нормативная база торговли направлена на создание равных возможностей и отсутствие препятствий для создания, расширения и ведения бизнеса субъектами торговой деятельности вне зависимости от выбранного формата торговли. Государственная политика в сфере торговой деятельности традиционно направлена на развитие конкуренции, содействие субъектам малого и среднего предпринимательства, субсидирование производителей и поставщиков сельскохозяйственной продукции [2].

Государство заинтересовано в увеличении количества торговых объектов разных хозяйствующих субъектов, так как это увеличивает конкуренцию, создает более комфортную среду для потребителей и расширяет каналы сбыта для отечественных товаропроизводителей (в том числе для сбыта продукции местного производства). Как указано в тексте Стратегии развития торговли в Российской Федерации..., утвержденной Приказом Минпромторга России от 25.12.2014 г. № 27, «...органы государственной власти и органы местного самоуправления, курирующие вопросы торговой деятельности, не должны препятствовать развитию отдельных форматов торговли (и/или отдельных товарных специализаций), в том числе устанавливая предельную численность торговых объектов или иным образом определять достаточность их количества в конкретных местах. Указанную функцию должен выполнять рынок, то есть хозяйствующие субъекты, осуществляющие торговую деятельность, которые предполагают развивать бизнес на конкретной территории» [3].

Для оценки уровня конкуренции и насыщенности рынка в рассматриваемом секторе следует оценить уровень обеспеченности торговой площадью населения Забайкальского края в разрезе муниципальных

районов, а также изучить информацию, представленную в торговом реестре Забайкальского края.

Нормативы минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов для Забайкальского края, в том числе для входящих в его состав муниципальных образований, установлены приказом минэкономразвития Забайкальского края от 27.12.2016 г. № 138-од. В среднем по краю установленный норматив составляет 517,3 м² на 1 тыс. чел., расчетные нормативы выше этого уровня установлены для Читы, пос. Агинское, Краснокаменска и Краснокаменского района, Приаргунского района. Это связано прежде всего с более высоким уровнем денежных доходов населения, чем в среднем по краю. Следует отметить, что показатель фактической обеспеченности в последние годы превышает нормативный показатель более чем на 50 %. Так, на 01.01.2018 г. фактическая обеспеченность в среднем составила 800,5 м² на 1 тыс. чел, а более высокий норматив, установленный для краевого центра на уровне 789,9 м² на 1 тыс. чел., превышен на 74,9 %.

Существенно превосходит норматив обеспеченности населения площадью торговых объектов в Александрово-Заводском (на 111,8 %), Карымском (на 94,2 %), Могочинском (на 83,8 %), Нерчинско-Заводском (на 83,5 %), Шилкинском (на 82,6 %) районах. Норматив минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов не достигнут только в пяти муниципальных районах – Агинском (46,13 % от норматива минимальной обеспеченности), Могойтуйском (89,4 %), Сретенском (88,4 %), Тунгиро-Олекминском (89,3 %) и Тунгокоченском (78,4 %).

Следует учесть, что высокий уровень обеспеченности населения площадями торговых объектах не может выступать свидетельством качественного развития объектов торговли, а главное, не является мерой оценки удовлетворенности потребителей Забайкальского края услугами торговли. Во-первых, зачастую установленные нормативы достигаются за счет ввода в эксплуатацию крупных торговых комплексов в городских округах и районных центрах, т. е. торговые объекты сконцентрированы на небольшой территории и не могут охватывать население отдаленных районов. Во-вторых, малые фор-

маты торговли развиты незначительно, т. е. небольшие магазины, находящиеся в удобной шаговой доступности, объекты мобильной торговли, в том числе для реализации продукции местных и региональных производителей продуктов питания, рынки сельскохозяйственной продукции. Одним из положительных примеров может выступать открытие специализированного фермерского рынка в Чите в феврале 2018 г., однако в удаленных от краевого центра муниципальных

районах проблема обеспеченности населения товарами повседневного спроса по доступным ценам по-прежнему остается острой.

В целом среди торговых объектов 94,6 % составляют предприятия розничной торговли, среди которых преобладают стационарные магазины розничной торговли, их доля составляет 86,7 % от числа объектов розницы (сводная информация о количестве объектов торговли представлена в таблице).

Информация о количестве объектов торговли на 1 января 2018 г.¹

Торговые объекты	Забайкальский край		Чита	
	всего объектов	на 1 тыс. чел.	всего объектов	на 1 тыс. чел.
Стационарные торговые объекты, в том числе:	7 956	7,4	2 112	6,1
продовольственные магазины	2 269	2,1	539	1,5
непродовольственные магазины	3 008	2,8	997	2,9
универсальные магазины, торговые центры	2 679	2,5	576	1,7
Нестационарные торговые объекты, в том числе:	1 223	1,1	558	1,6
павильоны	679	0,6	257	0,7
киоски	471	0,4	251	0,7
мобильные объекты торговли	73	0,1	50	0,1
Предприятия оптовой торговли	521	0,5	402	1,2
Итого торговых объектов	9 700	9,0	3 072	8,8

Несмотря на то, что относительные показатели количества торговых объектов в расчете на 1 тыс. чел. в Чите ниже краевых, эти объекты имеют большие площади, укомплектованы современным торговым оборудованием и представляют более широкий ассортимент товаров. Помимо розничной торговли в стационарных объектах, а это различные типы магазинов, определенные ГОСТ Р 51303-2013, торговое обслуживание населения Забайкальского края осуществляется с помощью объектов нестационарной торговли (вендинговые автоматы, автомагазины, киоски, павильоны, торговые тележки и пр.) и ярмарочной торговли. В целях упорядочения размещения объектов мелкой розницы в каждом муниципальном районе разрабатываются схемы их размещения на

основе приказа минэкономразвития Забайкальского края от 22.09.2010 г. № 115-о.

За последние годы отмечается рост числа ярмарок, которые проводятся во всех муниципальных образованиях края. В 2017 г. в крае проведено 1 052 ярмарки (на 23,2 % больше, чем в 2016 г.), из них универсальных – 238, специализированных (продовольственных) – 581, специализированных (непродовольственных) – 224, специализированных (сельскохозяйственных) – 9. На 2018 г. предусмотрено проведение 1 022 ярмарок в 33 муниципальных районах и городских округах края. Помимо ярмарок, организация которых носит сезонный характер, в Забайкальском крае по состоянию на 1 января 2018 г. функционируют пять розничных рынков (четыре универсальных и один сельскохозяйственный), предоставляющих около 400 торговых мест, фактическая загрузка которых составляет 65,7 %. Это позволяет заинтересо-

¹ На основе данных, предоставленных минэкономразвития Забайкальского края.

ванным предпринимателям и частным лицам получить место для реализации продукции собственного производства.

Кроме того, современные рынки значительно отличаются от существовавших ранее неорганизованных форм торговли и, в соответствии с законом о розничных рынках 271-ФЗ, должны располагаться в капитальных зданиях, иметь помещения с охлажденными камерами, площадки для сезонной торговли сельскохозяйственными продуктами, в том числе без разгрузки с автотранспортных средств; должна быть предоставлена возможность проведения ветеринарной экспертизы, организованы служебные и бытовые помещения. Перечисленные требования диктуют потребность в значительных финансовых вложениях со стороны управляющих рынками компаний и в некоторых случаях могут сказываться на росте затрат продавцов при аренде торговых мест. В этой связи наблюдается постоянное снижение количества рынков и переоборудование объектов под торговые комплексы или торговые центры, что способствует повышению уровня контроля качества и безопасности реализуемых товаров, а также наведению порядка в трудоустройстве мигрантов. Среди существующих в регионе рынков наиболее конкурентоспособным является проект фермерского рынка, созданного при поддержке правительства и Корпорации по развитию бизнеса в Забайкальском крае, что позволяет поддерживать невысокий уровень арендной платы для фермеров и дачников и дает им возможность реализовать свою экологически чистую продукцию без посредников.

Однако возможности, предоставляемые в краевом центре, недоступны для предпринимателей в отдаленных и малонаселенных муниципальных районах. Создание там объектов торговой инфраструктуры связано с серьезными рисками инвестирования ввиду низкого уровня платежеспособного спроса сельского населения, недостатка квалифицированного торгового персонала, значительных транспортных расходов, отсутствия логистической инфраструктуры и пр. [4]. Еще одной проблемой сферы торговли в муниципальных районах является низкий уровень развития современных каналов продаж и отдельных типов торговых пред-

приятий (торговые центры, дискаунтеры, гипермаркеты), специализированные магазины либо отсутствуют, либо представляют ограниченный ассортимент товаров с завышенным уровнем наценки по сравнению с магазинами краевого центра, отсутствуют дополнительные услуги, все это приводит к снижению качества обслуживания населения и удовлетворенности покупателей [5].

Информацию по составу объектов торговли можно получить из торгового реестра. В соответствии с п. 3 ст. 17 федерального закона от 28 декабря 2009 г. № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», органы местного самоуправления проводят анализ финансовых, экономических и социальных показателей состояния торговли на территориях муниципальных образований и ведут торговый реестр. Сводный реестр формируется министерством экономического развития Забайкальского края, однако следует учитывать, что на сегодняшний день у предпринимателей нет обязанности по предоставлению сведений для внесения в торговый реестр и административной ответственности за непредставление таких сведений. Торговый реестр остается лишь способом систематизации данных о состоянии торговли, хотя для большинства европейских стран торговый реестр – признак добросовестного ведения деятельности. Таким образом, информация торгового реестра может дать лишь приближенную оценку по количеству торговых объектов и вовлеченных ресурсов.

По данным торгового реестра, оборот оптовой торговли в 2017 г. составил 27 775,8 млн р., что на 4 % выше, чем в 2016 г. Традиционно оптовые предприятия вынуждены противостоять расширению прямых поставок со стороны производителей и активизации сетевой розницы по организации самостоятельных закупок и хранения товаров основного ассортимента в стремлении обойтись без оптовых посредников и их надбавок к отпускным ценам. Поэтому перспективы развития оптового звена можно рассматривать только в том случае, если опт будет интегрирован с розницей либо предприятия оптовой торговли будут развивать комплекс логистических услуг, связанных с грузопереработкой, комплектовани-

ем товарных партий, хранением, доставкой и пр. услугами.

Особенностью предприятий оптовой торговли Забайкальского края является то, что большая их часть использует складские площади, конструкции и подъемно-транспортное оборудование, введенное в эксплуатацию до 90-х годов прошлого века. В настоящий момент подобная технологическая база не только характеризуется высокой степенью износа, но и, как правило, не соответствует новым техническим регламентам и требованиям современной логистики и не может обеспечить рост грузопотока и эффективную обработку грузов. Такие складские помещения, в том числе и продуктовые базы, экономически нецелесообразно модернизировать, поскольку эти объекты имеют конструктивно неустранимые недостатки, а строительство новых складских комплексов требует не только значительных капиталовложений, но и связано с продолжительным сроком окупаемости инвестиций – 6-10 лет, что является неприемлемым для субъектов малого бизнеса. Таким образом, отсутствие крупных оптово-логистических центров в цепочке снабжения регионального ранка потребительскими товарами повышает риск их дефицита и (или) ценовой дискриминации потребителей Забайкальского края и отрицательно влияет на уровень продовольственной безопасности региона.

Оборот розничной торговли в 2017 г. составил 157 834,7 млн р., что в сопоставимых ценах на 0,5 % ниже уровня предыдущего года. За этот же период численность населения края сократилась на 0,57 %, а реальные располагаемые денежные доходы снизились на 3 % [6]. Таким образом, динамика сокращения спроса ниже динамики денежных доходов, и население поддерживает потребление товаров на относительно постоянном уровне, сокращая свои расходы на прочие услуги и сбережения. Наибольший удельный вес в обороте розничной торговли занимают индивидуальные предприниматели и малые предприятия. Даже при существенном развитии крупных торговых сетей («Привоз», «Читинка», «Спутник» и др.) необходимо понимать, что в их составе под одним коммерческим обозначением работают индивидуальные предприниматели

или небольшие хозяйственные общества, которые создаются для каждого торгового объекта, входящего в розничную торговую сеть. С одной стороны, это не противоречит действующему законодательству, с другой стороны, не дает возможность получить объективную оценку о распределении оборота розничной торговли по типам хозяйствующих субъектов и объективно установить долю сетевой торговли. По данным торгового реестра, доля сетевой торговли в крае в 2017 г. составила 11,6 %.

При изучении товарной структуры организаций розничной торговли необходимо отметить, что в последние годы незначительно, но большую долю (51–54 %) традиционно занимают непродовольственные товары. Однако более высокая оборачиваемость запасов присуща именно торговле пищевыми продуктами ввиду постоянного и устойчивого спроса на продукты питания. Организация бизнеса в этой сфере, несмотря на средний уровень наценки в 30 %, за счет большого оборота обеспечивает высокие показатели выручки и прибыли предпринимателей. По данным статистики, наибольший объем в структуре продаж продовольственных товаров занимают алкогольная продукция, мясо животных и птицы, а также продукты из мяса, что также обусловлено природно-климатическими условиями и культурой питания населения края.

По данным минэкономразвития Забайкальского края, в регионе представлено более 50 федеральных и региональных торговых сетей, причем федеральные сети зачастую специализируются на продаже товаров предварительного выбора (магазины «Эльдорадо», «Цифроград», «Центрообувь», «Kari»). В секторе продаж товаров повседневного спроса наиболее развиты региональные сети (супермаркеты «Привоз» – 34 магазина, «Спутник» – 16 магазинов, «Prodmix» – 16 магазинов, мини-маркеты «Янта» – 21 магазин, аптеки «Флория» – 39 аптек, «Будь здоров» – 33 аптеки и др.). Большинство торговых сетей сконцентрированы на территории Читы, но представлены также и в муниципальных районах края, однако в этих случаях торговая сеть включает не более двух объектов, что является достаточным для использования названия «торговая сеть» в соответствии с

действующим законодательством (закон № 381-ФЗ). Особенность региональных розничных торговых сетей в том, что они, в большинстве своем, являются частью компаний, объединяющих предприятия оптовой и розничной торговли.

Как показывает практика, розничные торговые сети имеют преимущества не только по более широкому ассортименту, высоким стандартам обслуживания и быстрой реакцией на новинки и изменения предпочтений покупателей, но и по уровню цен, понижать которые удается за счет эффекта масштаба (с ростом количества предприятий, входящих в торговую сеть, появляется возможность осуществления крупных закупок напрямую у товаропроизводителей), кроме того, исключение оптового звена из цепочки поставок позволяет снижать уровень торговой надбавки [7]. Таким образом, можно говорить, что крупные розничные сети, в том числе сети дискаунтеров, в условиях конкуренции выступают неким фактором, сдерживающим темпы роста цен на потребительские товары, и тем самым косвенно влияют на сдерживание темпов роста инфляции.

В последние годы в регионе отмечается рост количества торговых объектов за счет нового строительства и реконструкции под торговые и складские объекты бывших производственных помещений или ангаров, подвалов, объектов гражданской обороны и пр. Причем новое строительство используется для ввода торговых центров, основная доля которых приходится на Читу – «Index», «Matrix», «Новосити», «Арена», «Подсолнух» и др.

Если объекты розничной торговли в целом соответствуют требованиям Национального стандарта ГОСТ Р 51773-2009 «Услуги торговли. Классификация предприятий торговли», то большая часть складских комплексов не отвечает современным требованиям к профессиональным складам, хотя они и заявляются предпринимателями как склады класса А. Фактически чаще всего под склады используются бывшие производственные помещения или утепленные ангары с асфальтным или выложенным бетонной плиткой полом (склады среднего уровня – класс С) или склады низкого качества – неотапливаемые бывшие производственные

помещения или ангары, подвалы, гаражи, объекты ГО и прочие помещения (класс D).

Следует отметить, что в крае отсутствуют специализированные овощехранилища. Предприниматели, специализирующиеся на плодоовощной продукции, либо работают «с колес», либо используют специально не приспособленные помещения – отапливаемые гаражи, подвалы, непригодные для жилья бараки в отдаленных городских районах и пр. Вместе с тем, в современных овощехранилищах, в соответствии с требованиями СНиП 2.10.02-84 (в ред. Приказа Минстроя России от 18.08.2016 г. № 577/пр), должны не просто выполняться требования к микроклимату помещений, а, с учетом обеспечения экономного расходования энергоресурсов, установлены повышенные требования к обеспечению пожарной безопасности, к надежности строительных конструкций и оснований, к используемым строительным материалам, соответствующим ветеринарно-санитарным требованиям. Здания и помещения для хранения и переработки сельскохозяйственной продукции должны быть оснащены автоматизированными линиями по загрузке и обработке овощей. В практике современных складов должны широко использоваться специализированные контейнеры, обеспечивающие загрузку овощей непосредственно в местах сбора и исключаящие дополнительную перегрузку в пути, что позволяет обеспечивать длительную сохранность плодоовощной продукции.

В целом проведенный анализ сферы торговли в Забайкальском крае позволяет выделить следующие проблемы:

- 1) отсутствие поддержки со стороны государства при создании объектов торговой инфраструктуры;
- 2) недостаток розничных магазинов современных торговых форматов, особенно в сельской местности и небольших городах;
- 3) высокий уровень торговой наценки и значительная доля транспортных расходов в цене товаров, так как большая часть из них ввозится на территорию Забайкальского края из других регионов или из приграничной КНР;
- 4) низкий уровень развития логистических услуг со стороны представителей оптового рынка (транспортировка, экспедирова-

ние, складирование, экспертиза товаров, таможенное оформление и пр.);

5) недостаточное использование современных IT-технологий и различных корпоративных информационных систем для организации прямых закупок и, как следствие, наличие большого числа посредников между производителями и конечными продавцами товаров;

6) отсутствие современных перевалочных пунктов и складских объектов;

7) недостаточное развитие объектов фирменной торговли, реализующих продукцию предприятий пищевой, перерабатывающей промышленности и сельхозпроизводителей Забайкальского края;

8) низкий уровень квалификации торгово-оперативного персонала (большая часть работников торговли не имеет специального образования);

9) недостаток собственных оборотных средств хозяйствующих субъектов оптового и розничного рынка на фоне высокого процента коммерческого кредита (что приводит к росту цен на реализуемые товары, и, если предприятие не может конкурировать с таким уровнем цен, — к прекращению его деятельности);

10) отсутствие актуальной информации о количестве и состоянии торговых объектов, их размещении на территории края, уровне оснащенности торгово-технологическим оборудованием и реализуемом ассортименте;

Вместе с тем, в условиях рыночной экономики торговле принадлежит важная роль связующего звена между производством и потреблением, и торговля, как любая отрасль экономики, требует притока инвестиций [8], которые помогут:

– создать новую и (или) модернизировать существующую материально-техническую базу торговых предприятий, что позволит улучшить торгово-технологические процессы и повысить качество обслуживания покупателей;

– стимулировать инновации (применение технологии RFID (радиочастотной идентификации товаров), сокращающей время на приемку и инвентаризацию товара в 4–6 раз, использование электронных ценников, электронных сенсорных консультантов на продуктовых тележках в супермаркетах, строи-

тельство новых складов с использованием технологии High-Rack Warehouses (высотные склады-автоматы), разработку электронных систем, объединяющих производителей, транспортные компании и оптовых посредников, внедрение CRM-систем для поддержания эффективных коммуникаций с покупателями как в сфере оптовой, так и в розничной торговле товарами не массового спроса, широкое использование логистических провайдеров (3PL-логистика) и пр.);

– сыграть значительную роль в обеспечении роста уровня жизни населения, так как уровень развития торговли оказывает непосредственное влияние на конечные цены (развитие новых, эффективных форматов торговли приводит к относительному снижению уровня цен и повышению доступности большинства товаров для различных групп покупателей, а совершенствование логистических потоков в регионе позволит увеличить географическую доступность товаров для населения отдаленных муниципальных районов);

– обеспечить создание новых рабочих мест на предприятиях торговли;

– способствовать развитию потребительской активности, которая, в свою очередь, может выступать опережающим индикатором развития экономики края.

Основой для инвестиционных проектов по виду экономической деятельности «торговля» в Забайкальском крае являются инвестиционные проекты, связанные со строительством новых торговых центров в муниципальных районах края и городских округах. Формирование банка данных по инвестиционным проектам относится к компетенции АО «Корпорации развития Забайкальского края», учредителем и единственным акционером которого является Забайкальский край в лице департамента государственного имущества и земельных отношений. Инвестиционные проекты в сфере торговли традиционно реализуются за счет средств частных инвесторов, каких-либо мер поддержки со стороны государства в настоящий момент на территории Забайкальского края не предусмотрено.

Наряду с этим, торговля продолжает играть решающее значение в любой производственной цепочке, так как является связую-

щим звеном, обеспечивающим доставку товаров от производителей к конечному потребителю. Качество организации торговых-технологических процессов и развитие разнообразных сбытовых каналов обеспечивают скорость доставки и сохранение потребительских свойств ввозимых на территорию региона товаров, поддержание конкурентоспособного уровня цен. Поэтому считаем, что поддержка и стимулирование развития торговли будет способствовать созданию необходимых условий для насыщения регионального рынка товарами, обеспечению возможностей местных производителей для продвижения собственной продукции на рынок, что положительно скажется на экономике Забайкальского края в целом.

Росту количественных и качественных показателей оптовой и розничной торговли может способствовать развитие современной складской инфраструктуры. Существующие сегодня технологии строительства складских комплексов на основе использования бескаркасных технологий либо с использованием облегченных металлоконструкций позволяют обеспечить быстрое возведение многофункциональных зданий, оборудованных всеми необходимыми специальными системами зонального климатического контроля, инженерными сетями и коммуникациями [9]. Эффективность технологических решений при возведении новых складских комплексов проявляется также в организации транспортной логистики (оптимальное направление грузоперевозок, ритм погрузочно-разгрузочных операций, маршрутизация перевозок), поэтому дополнительным эффектом создания современной складской инфраструктуры может стать сокращение транспортной нагрузки грузового транспорта на городские автодороги.

Перспективным направлением может стать активное применение концепции управления цепями поставок (SCM — *Supply Chain Management*), от организации снабжения производства необходимыми ресурсами до управления взаимоотношениями с конечными потребителями продукции [8; 9].

Наиболее эффективным направлением развития бизнеса в сфере торговли может выступать франчайзинг. Широкая практика его использования в настоящий момент

представлена лишь в краевом центре, Чите (магазины O`Stin, Kari, Sela, Gloria Jeans, «Янта» и др.). Использование франчайзинга предпринимателями в муниципальных районах позволит не только создать новые рабочие места и получить дополнительные налоговые поступления в бюджет, но и сформировать более цивилизованный рынок, повысить качество обслуживания, поднять торговлю на более организованный уровень предпринимательской деятельности.

По результатам проведенного анализа сектора оптовой и розничной торговли можно сказать, что, несмотря на насыщенность рынка торговыми объектами по различным видам товарной специализации, существуют свободные ниши, освоение которых возможно, если предприниматели готовы работать на уровне чуть выше безубыточности, обеспечивая при этом комфортные условия совершения покупок, высокий уровень обслуживания покупателей и справедливые цены.

Литература

1. Макаренко Т.Д., Ковальчук Л.Б. Методы и принципы диагностики социально-экономических процессов региона // *Baikal Research Journal*. 2017. Т. 8, № 1. DOI: 10.17150/2411-6262.2017.8 (1). 8.
2. Trade Policies in Russia: The Role of Local and Regional Governments [Электронный ресурс]. URL: <http://www.readthriller.com/the-trade-policy-of-the-russian-federation-it/trade-policies-in-rus-sia-the-role-of-local-and-regional-governments> (дата обращения: 18.05.2018).
3. Стратегия развития торговли в Российской Федерации на 2015-2016 годы и период до 2020 года. [Электронный ресурс]. URL: <http://base.garant.ru/70836814/#friends#ixzz5KIIIv8gy> (дата обращения: 10.04.2018).
4. Романов В.Г. Качество и уровень жизни населения муниципальных образований Забайкальского края: девятилетний тренд и статистический прогноз // *Вестн. ЗабГУ*. 2017. Т. 23, № 2. DOI: 10.21209/2227-9245-2017-23-2-119-133.
5. Гладких О.В. Становление и развитие торговли в городе Чите // *Проблемы экономики, социальной сферы и права: материалы 11-ой региональной науч.-практической конф.* Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2012. Ч. 1. С. 60-67.
6. Социально-экономическое положение городских округов и муниципальных районов За-

байкальского края: стат. сб. / Забайкалкрайстат. Чита, 2017. 145 с.

7. Новикова Н.Г. Факторы, влияющие на результаты управления продажами в условиях конкуренции в сфере услуг (на примере услуг розничной торговли) // Baikal Research Journal. 2017. Т. 8, № 2 DOI: 10.17150/2411-6262.2017. 8 (2). 19.

8. Logistics & Supply Chain Management, by Christopher Martin, 4th Edition. [Электронный ресурс] URL: <http://www.icesi.edu.co/blogs/>

supplychain0714/files/2014/07/ Martin_Christopher_Logistics_and_Supply_Chain_Management_4th_Edition____2011-1.pdf (дата обращения: 11.04.2018).

9. Lean Supply Chain and Logistics Management, by Paul Myerson [Электронный ресурс] URL: <https://www.goodreads.com/book/show/13654696-lean-supply-chain-and-logistics-management> (дата обращения: 11.04.2018).

УДК 658.15:005.3:622.333.012(575.1)

Управление текущими затратами как способ повышения результатов деятельности строительных организаций в современных условиях

Н.В. Грохотова

Братский филиал Байкальского государственного университета, ул. К. Маркса 14, Братск, Россия
nvg1412@yandex.ru

Статья поступила 28.07.2018, принята 6.09.2018

Рассматриваются вопросы управления затратами строительной организации применительно к решению задач повышения финансовых результатов в современных условиях. Затронуты особенности строительного производства и их влияние на формирование и учет затрат в строительстве. На примере конкретной строительной организации предложены мероприятия по управлению затратами и повышению финансовых результатов деятельности.

Ключевые слова: текущие затраты; издержки производства; себестоимость строительных работ; управление затратами; методы учета затрат в строительстве; факторы снижения материальных затрат.

Management of current costs as a way to improve the performance of construction organizations in modern conditions

N.V. Grokhotova

Bratsk Branch of the Baikal State University; 14, Karl Marx St., Bratsk, Russia
nvg1412@yandex.ru

Received 28.07.2018, accepted 6.09.2018

The problems of management of expenses of the building organization with reference to the decision of problems of increase of financial performance in modern conditions are considered. The features of the construction industry and their influence on the formation and costs accounting in construction are examined. On the example of a concrete construction organization, measures were proposed to manage costs and improve financial performance.

Keywords: current costs; production costs; cost of construction works; cost management; methods of cost accounting in construction; factors of material costs reduction.