

УДК 339.166.82(06)

**Инновации как фактор экономического роста розничных торговых сетей****Мартынова О.В.**Ассистент кафедры маркетинга, коммерции и предпринимательства  
Казанского (Приволжского) федерального университета

*Экономический рост торгового предприятия может осуществляться за счет интенсивных и экстенсивных факторов. В условиях роста уровня концентрации торговой отрасли приобретают актуальность факторы интенсивного экономического роста торговых предприятий. Инновации как фактор интенсивного экономического роста находят отражение в показателях интенсивного развития торговых предприятий.*

*Ключевые слова: розничная торговая сеть, экономический рост, экстенсивные и интенсивные факторы, инновации, индикаторы интенсивного развития.*

Услуги торговли играют важную роль в развитии экономики страны. Вектор направления развития торговой отрасли задают розничные торговые сети, доля которых в структуре данной отрасли возросла с 10 % (2005 г.) до 40 % (2011 г.). При этом, необходимо отметить, что доля торговых сетей в структуре торговли различается по регионам РФ, например, в Санкт-Петербурге и Ленинградской области составляет 30-45 %, в Московской области – 45 %, в Республике Татарстан и Самарской области – 16 % [1].

Практика деятельности действующих крупных торговых сетей свидетельствует о том, что до настоящего времени они развивались и развиваются в большинстве своем за счет увеличения торговых площадей и, как следствие, – численности торгового персонала. Однако, в связи с ростом уровня концентрации торгового бизнеса в регионах (на текущий момент времени уровень концентрации около 20 %, пороговый уровень – 40-45 %), а также растущим уровнем конкуренции со стороны международных торговых сетей появляется необходимость актуализации интенсивных факторов развития торговых сетей.

Экономический рост предприятия, в том числе и торгового, может обеспечиваться экстенсивными и интенсивными факторами. Понятие «фактор» обычно трактуется как источник, движущая сила развития, изменение чего-либо [2]. Факторы экономического роста – это явления и процессы, определяющие темпы, масштабы и качественные характе-

ристики прироста реального объема производства, в торговле – объема товарооборота. Таким образом, экономический рост торгового предприятия может осуществляться за счет экстенсивных факторов – увеличения количества торговых площадей и численности персонала, а также за счет интенсивных факторов, в числе которых – инновации.

Сложность адаптации классического определения «инновация» к предприятиям розничной торговли обуславливается спецификой их деятельности, которая заключается в том, что они выполняют распределительную функцию в процессе доведения товаров до конечного потребителя, следовательно, процесс внедрения инноваций в их деятельность претерпевает изменения: речь идет о внедрении инноваций, направленных на повышение качества торговых услуг (уровня сервиса).

Внедрение инноваций приводит к повышению эффективности в сфере их применения, оптимизации затрат и созданию условий для экономического роста, под которым понимаются количественные и качественные изменения в коммерческой деятельности торговых предприятий, влияющих на увеличение их экономических показателей. Превышение доли инноваций в структуре факторов экономического роста и увеличение потенциального объема реализации характеризуют переход к качественно-экономическому росту, связанному с применением совершенных форм и методов организации и управления коммерческой деятельностью торговых

организаций. Повышение доли инноваций в структуре факторов экономического роста и увеличение потенциального объема реализации характеризуют переход к качественному экономическому росту.

В соответствии с этим, «инновация» применительно к предприятиям сферы розничной торговли – это результат внедрения новшеств в коммерческую деятельность розничной торговой сети, который обеспечивает экономический рост предприятия и удовлетворение покупательских предпочтений (относительно качества торговых услуг).

Исследуя понятие инновации применительно к торговому предприятию, мы сталкиваемся с большим разнообразием видов инноваций. На основе проведенного анализа тенденций развития предприятий было установлено, что эволюция розничных торговых сетей способствовала разработке инноваций:

– развитие стратегии региональной экспансии способствовало актуализации организационно-управленческих инноваций;

– применение мультимедийного подхода розничными торговыми сетями способствовало развитию маркетинговых инноваций;

– развитие политики консолидации торговых сетей повлекло за собой появление и развитие инноваций относительно управления логистическими потоками и т.д.

Таким образом, выделенные автором виды инноваций на основе тенденций развития торговых сетей позволяют говорить об их практической значимости и актуальности. Классификация инноваций применительно к торговым предприятиям представлена в таблице 1.

Инновации, как результат внедрения новшеств в коммерческую деятельность торгового предприятия, находят отражение в росте производительности труда, фондоотдачи, выручки с квадратного метра торговой площади, повышении затратноотдачи и оборачиваемости оборотных средств. Расчет данных показателей должен производиться на основе данных товарооборота в сопоставимых ценах, т.е. полученных за счет изменения физического объема продукции и себестоимости без учета влияния инфляционных процессов.

Раскроем сущность данных показателей с точки зрения их инновационного содержания:

– темп прироста производительности труда за счет интенсивных факторов. Повышение производительности труда является наиболее важным условием, обеспечивающим интенсивный рост торгового предприятия. Рост производительности труда может осуществляться как за счет экстенсивных, так и за счет интенсивных факторов. К примеру, интенсивными факторами, за счет которых происходит рост производительности труда, являются повышение квалификации персонала, повышение уровня автоматизации труда.

– темп прироста фондоотдачи за счет интенсивных факторов. Интенсивный путь ведения хозяйства, в том числе и в торговой отрасли, предполагает систематический рост фондоотдачи за счет увеличения производительности машин и оборудования, сокращения времени их простоев, оптимальной загрузки техники, технического совершенствования основных фондов. Повышению фондоотдачи способствуют следующие интенсивные факторы:

– механизация и автоматизация торгово-технологического процесса;

– использование прогрессивных технологий торговли;

– модернизация действующего оборудования;

– повышение квалификации торгового персонала;

– увеличение доли современного оборудования;

– оборачиваемость оборотных средств. Оборотные активы розничной торговой сети представлены запасами, дебиторской задолженностью и денежными активами. В каждом из трех этих направлений в настоящее время появляются инновационные приемы управления данными активами, которые позволяют повысить оборачиваемость оборотных средств. Например, в управлении дебиторской задолженностью используют факторинговые операции, которые позволяют увеличивать скорость оборота денежных средств, снижать

Таблица 1

### Классификация инноваций применительно к торговым предприятиям

Критерий классификации	По уровню рыночной новизны	Сфера применения
Виды инноваций	Экстернальные (новые для торговой отрасли)	<b>Маркетинговые</b> (результат внедрения новшеств в реализацию элементов комплекса маркетинга торгового предприятия); <b>Технико-технологические</b> (результат внедрения новшеств, связанных с освоением новых видов техники, приспособлений, инструментов, а также технико-технологических приемов труда в обслуживании, информационно-технологических процессах);
	Интернальные (новые для торгового предприятия)	<b>Организационно-управленческие</b> (результат внедрения новшеств, ориентированных на совершенствование внутренних и внешних связей организации за счет использования более эффективных организационных норм труда и подходов к управлению)

расходы по ведению счета, гарантировать погашение задолженности;

– затратноотдача. Положительная динамика показателя затратноотдачи свидетельствует о применении инновационных разработок с целью сокращения отдельных видов издержек коммерческого и управленческого характера. В настоящее время розничные торговые сети активно внедряют новшества, представленные энергосберегающими технологиями, позволяющий сократить коммунальные платежи, принципиально новые управленческие схемы позволяют оптимизировать расходы на оплату труда, а новое технологическое оборудование – сократить амортизационные затраты;

– выручка с квадратного метра торговой площади. Эффективное использование торговых площадей может быть оценено с помощью показателя выручки с квадратного метра торговой площади и достигнуто при условии оснащения магазинов торговым оборудованием, имеющим достаточно большую площадь выкладки. При одной и той же установочной площади площадь выкладки товаров может быть различной в зависимости от типов и композиций торгового оборудования, количества элементов для выкладки товаров.

Важным является определение в величине темпа изменения показателей уровня (доли) влияния экстенсивных и интенсивных факторов, который может рассчитываться по формуле (1):

$$П_{инт} = (1 - K) * \Delta П_{инт} \quad (1)$$

$П_{инт}$  – темп прироста показателя за счет интенсивных факторов (внедрение инноваций);

$\Delta П_{инт}$  – темп прироста анализируемого показателя;

$K$  – коэффициент влияния экстенсивных факторов на прирост показателя, определяется экспертным путем и находится в интервале  $0 \leq K \leq 1$ ;

$\Delta П$  – изменение показателя в отчетном периоде по сравнению с предыдущим периодом.

Таким образом, показатели интенсивного развития (качественного экономического роста) коррелируют с видами внедряемых инноваций (табл. 1).

Рассматривая возможные пути повышения экономического роста за счет интенсивных факторов, приведем результаты проведенного нами исследования на предмет изучения инновационного развития розничных торговых сетей. В анкетировании приняли участие 100 представителей торговых предприятий города Казани – руководители и специалисты различных отделов, старшие менеджеры, менеджеры среднего звена, исполнители и ассистенты. Основную часть опрошенных составили специалисты отделов продаж (58,8 %).

Подавляющее большинство опрошенных подразумевают под «инновациями» внедрение современных технологий, использование достижений науки и техники (88,2 %), а также различного рода нововведения (23,5 %).

Таблица 2

**Взаимосвязь индикаторов интенсивного развития (качественного экономического роста) розничной торговой сети и видов инноваций**

Индикатор интенсивного развития	Вид инноваций
Фондоотдача	Технико-технологические инновации
Затратноотдача	Технико-технологические инновации
Оборачиваемость оборотных активов	Маркетинговые и технико-технологические
Производительность труда	Организационно-управленческие и технико-технологические
Выручка с квадратного метра	Маркетинговые и технико-технологические инновации

Степень удовлетворённости специалистов торговли существующим уровнем использования инноваций в деятельности торговых предприятий можно охарактеризовать как низкую. Большая часть опрошенных (48 %) недовольна текущим использованием инноваций в их компаниях, чуть меньше трети опрошенных (27 %) выразила нейтральное отношение, и примерно столько же – положительно оценила существующий уровень.

При этом, 20 % опрошенных видят необходимость внедрения инноваций в системе управления персоналом, 30 % – в сфере технического оснащения торгового предприятия, 15 % – в системе закупок и логистики, 15 % – в системе учёта и контроля товародвижения, 12 % – при стимулировании продаж, 8 % – в системе обеспечения безопасности предприятия.

Таким образом, в настоящее время в условиях возрастающей конкуренции и роста требований потребителей к качеству торговых услуг внедрение инноваций в деятельность торговых предприятий может стать основным фактором их экономического роста (наличии научного подхода к процессу внедрения).

*Литература:*

1. Сайт Федеральной службы государственной статистики. – URL: <http://www.gks.ru>
2. Ефремова Т.Ф. Новый толково-словообразовательный словарь русского языка. – М.: Изд-во Дрофа, 2000. – 1233 с.

## **Innovations as a Factor of Economic Growth of Retail Trade Network**

***O.V. Martynova***  
***Kazan (Volga Region) Federal University***

*Economic growth may occur due to intensive and extensive factors. Intensive factors of economic growth of enterprises become topical during the period of growth of concentration of the trade. Innovations as a factor of intensive economic growth find the reflection in indicators of intensive development of enterprises.*

*Key words: retail trade network, economic growth, intensive and extensive factors, innovations, indicators of intensive growth.*

