

в 4 402,7 млн. руб. Из них 1 935,8 млн. руб. из Федерального бюджета, 2 331,1 млн. руб. из бюджета Республики Татарстан, а также дополнительные инвестиции в размере – 135,8 млн. руб. [1].

В 2019 году в г. Казань состоялось еще одно масштабное для мирового спорта мероприятие. Один из этапов мировой серии FINA по синхронному плаванию, которое проходило в апреле этого года во Дворце водных видов спорта. К этому мероприятию Республике так же не пришлось строить дополнительные стадионы и арены. Все уже было построено к Универсиаде 2013 года.

В 2019 году регион стал одной из площадок проведения движения WorldSkills повышающих престиж рабочих профессий, и в скором времени возможен эффект и в этой области так как Татарстан это агропромышленный регион с большим количеством производственных предприятий крупного, среднего и малого бизнесов, заинтересованных в работниках рабочих специальностей. [8].

Исходя из всего вышеперечисленного, можно сделать вывод, что изначальные инвестиции на 1000-летие Казани привели к последующему мультипликативному росту инвестиций и постепенному улучшению инфраструктуры города. Конкурентоспособность региона получила новые направления в сфере туризма. Событийные мероприятия позволили улучшить инфраструктуру и повысить ценность региона, что делает регион привлекательным для жизни в нем и ведении собственного бизнеса.

Список использованной литературы

1. Постановление от 25.12.2013 года №1056 «Об утверждении программы подготовки к проведению в 2018 году чемпионата мира по футболу»
2. Постановление от 19 апреля 2001 года № 800 «О Федеральной целевой программе «Сохранение и развитие исторического центра г. Казани»
3. Объем инвестиций на подготовку к Универсиаде-2013 составляет 228 млрд рублей//Коммерсантъ (Казань) №48 от 21.03.2013. [Электронный

ресурс] – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/> – вход свободный, дата обращения 02.05.2019.

4. Статистика посещаемости г. Казань. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://nn.rbc.ru/>. – вход свободный, дата обращения 02.10.2018.

5. Казань 2013: Наследие Универсиады (часть 1, 2) в блоге «Спортивные объекты» - Сделано у нас [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sdelanounas.ru/> – вход свободный, дата обращения 02.05.2019.

6. Указ Президента Российской Федерации от 01.09.1999 г. № 1141

7. Таишева Г.Р. Нуримухаметов Р.М., Ахмадиев М.Г. и др. Состояние и перспективы обеспечения экономической безопасности, развития маркетинга и туризма в России. Монография, Казань.: Изд-во Познание 2011. 216 с.

8. Таишева Г.Р., Исмагилова Э.Р., Шайхутдинова Ю.Н. Создание экскурсионно-ознакомительных программ на производственных предприятиях региона как фактов повышения престижа рабочих профессий у обучающихся в средних, средне-специальных и высших учебных заведениях//Национальные интересы: приоритеты и безопасность. Т.14. №8 (365), 2018. С.1566-1578

9. Таишева Г.Р., Бесов А.А. Формирование механизмов финансирования современных спортивных мероприятий//Вестник РГГУ. Серия: Экономика. Управление. Право. 2013. № 15 (116). С. 193-200.

10. Кураков А.Л., Таишева Г.Р., Гусарова Л.В., Шабанова Л.Б. Роль государства в гармонизации и поддержке региональных предпринимательских усилий в целях инновационного развития// Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. 2014. № 6 (38). С. 33-41.

К ВОПРОСУ О ВОЗНИКНОВЕНИИ И ФУНКЦИОНИРОВАНИИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ТИПА МАГАЗИН-СКЛАД

Таишева Гузель Равгатовна

Доктор экономических наук, профессор

ЧОУ ВО «Казанский инновационный университет имени В.Г.Тимирязова (ИЭУП)»

г.Казань Российская Федерация

Чагаев Данил Анатольевич

Магистр кафедры «Логистика»

ЧОУ ВО «Казанский инновационный университет имени В.Г.Тимирязова (ИЭУП)»

г.Казань Российская Федерация

DOI: [10.31618/ESU.2413-9335.2019.9.61.83](https://doi.org/10.31618/ESU.2413-9335.2019.9.61.83)

АННОТАЦИЯ.

Преимущества функционирования торговых предприятий типа магазин-склад обусловлены развитием рыночной системы, которая диктует принципы рационализации, оптимизации, и экономии имеющихся ресурсов.

Обзор истории развития магазинов-складов позволяет нам сделать вывод об устоявшейся тенденции магазинов такого типа, которые сумели найти свою нишу в рыночной экономике и успешно работают, распространяя свои сети по всему миру.

ABSTRACT.

The advantages of the functioning of commercial enterprises such as store-warehouse are due to the development of the market system, which dictates the principle of rationalization, optimization, and saving of available

resources. A review of the history of warehouse stores allows us to draw a conclusion about the established trend of stores of this type that have managed to find their niche in the market economy and successfully work spreading their networks around the world.

Ключевые слова: Магазин-склад, развитие, преимущество, функционирование, логистика

Keyword: Store-warehouse, development, advantage, operation, logistics

В условиях рыночных отношений в нашей стране, где значительная доля розничного товарооборота (свыше 30 %) приходится на мелких частных предпринимателей, мелкооптовые магазины-склады играют важнейшую роль в их товароснабжении и от того насколько эффективно оно организовано зависит успешность малого бизнеса в конкуренции с крупными торговыми сетями. Именно поэтому, изучение мелкооптовых складов-магазинов самообслуживания является актуальной и в настоящее время. В современных условиях в нашей стране, с развитием мелкого и среднего бизнеса предприниматели приобретают товары у самых различных, порой у случайных поставщиков, затрачивая немалое количество времени на закупку товаров, необходимых для ежедневного ведения бизнеса. Однако, закупая товары на всевозможных оптовых рынках и базах, предприниматели рискуют получить несанкционированный товар, а необходимая документация не редко отсутствует, создавая тем самым дополнительные проблемы. В магазинах формата «cash&carry» представлен широкий и устойчивый ассортимент качественных продовольственных и непродовольственных товаров в расфасовке с учётом нужд бизнеса [3]. Разумеется, это существенно упрощает снабжение мелких и средних предприятий торговли, ресторанного и гостиничного бизнеса, а так же других предпринимателей, предоставляя возможность закупать необходимые товары мелкими партиями по мере необходимости и сразу производить за них оплату.

Магазины-склады впервые были зарегистрированы в Европе в XVII–XVIII вв., запасами которых питалась армия, что немаловажно, позволяло ей отдаляться от своих баз на расстояния до 150 километров или, по-другому, на 5 переходов[8]. Подобные «провиантские магазины-склады» в Москве военного ведомства Российской империи были возведены только в 1829–1831 годах по проекту знаменитого архитектора Василия Стасова. Несмотря на столь продолжительную историю, в сферу торговли они пришли только в 30-е годы XX-го века под названием «cash&carry», что в переводе на русский язык означает «плати и увози» и на данный момент достаточно успешно функционируют во многих странах с развитой экономикой. Например, в Великобритании на их долю приходится 65 % оптового оборота по реализации как продовольственных, так и непродовольственных товаров [6]. Философия магазинов «cash&carry» была разработана в США, но истинное применение этот формат получил в Германии, где в 1959 году фирмой SPAR-Zentrale Georg Weber KG в городе Оффенбах на Майне был открыт магазин-склад SELGROS, а 1964 году профессор Отто Байсхайм основал всемирно известную на сегодняшний день компанию METRO Cash&Carry.

Американская идея основалась на немецкой земле наилучшим образом – в том числе и потому, что в Германии весьма развит средний и малый бизнес, а именно его предприниматели и являются основными клиентами центров оптовой торговли Cash&Carry. После II мировой войны Германия лежала практически в руинах. Промышленное производство было на уровне трети от довоенного, остро стоял жилищный вопрос, большая часть жилищного фонда была нарушена во время войны, в то же время более 9 миллионов немцев были отправлены в Германию из Восточной Пруссии и земель по Одеру и Нейсе. Жизненный уровень упал на треть. После некоторого замедления экономического роста, в середине пятидесятых годов, наступил новый подъем, вызванный притоком немалых капиталовложений, значительным обновлением технического производства, государственными мерами по оживлению тяжелой промышленности. В 1953–56 годах ежегодный прирост промышленной продукции достиг 10–15%. По объему промышленного производства Германия уступила лишь США и Великобритании, и заняла третье место в мире, а по некоторым видам производства вышла на второе место, превзойдя Великобританию. При этом основу быстро растущей экономики составил именно мелкий и средний бизнес: в 1953 году предприятия штат сотрудников, которых составлял менее 500 человек, обеспечили более половины всех рабочих мест в экономике, безработица имела устойчивую тенденцию к снижению (с 10.3% в 1950 до 1.2% в 1960). К началу шестидесятых годов по объему производства и экспорту ФРГ уступала только США. Бурное развитие экономики ФРГ в пятидесятых – шестидесятых годах получило название «экономическое чудо». На фоне этого появляется первая компания формата cash&carry, основанная в 1959 году, немецкая SELGROS.

Посылком послужило то, что в 1960 годах стала развиваться розничная торговля, начали появляться новые модели супермаркетов, что не могло не отразиться на дальнейшем развитии магазинов новых форматов, таких как магазин-склад. Начали создаваться магазины самообслуживания с прилегающей к нему стоянкой. Это давало несколько преимуществ:

- потребители спокойно могли приезжать на своих собственных машинах, тем самым совершая покупки сразу же на всю неделю;

- самообслуживание гораздо удобнее. Клиенты магазина могли спокойно познакомиться с тем или иным продуктом, не требуя наличия продавца;

- это позволяло сэкономить на персонале и представить гораздо больший ассортимент в магазине;

– в супермаркетах все время были заметные скидки, что влекло в них новых потребителей[9].

Это послужило толчком к новой идее, открыть магазин, который и будет содержать в себе склад, т.е. выйти на 1 уровень канала распределения, тем самым значительно сократив затраты на покупку товаров у посредников, а соответственно и поставить цены, значительно меньше чем у конкурентов. Таким первопроходцем стал французский ритейл АШАН, который в 1960 годах добился колоссального успеха, применив данный тип канала распределения, сократив расходы на персонал, так как он уже не требовался в таком количестве и, стало возможным совмещать функции складского персонала и продавца торгового зала. В связи с этим переходом отдельно стоящие здания магазина и склада совмещались в единое целое, где на первом этаже размещался магазин, а наверху на стеллажах размещался склад.

В Америке крупнейшим магазином, работавшим по принципу магазин склад, стала **Costco Wholesale Corporation (1983)**, фокусирующаяся на продаже товаров ограниченного числа производителей по минимальным ценам. Чтобы совершать покупки в данном гипермаркете клиенту необходимо приобрести клубную карту – Executive Member, Business Member или Goldstar Member. Годовое членство в клубной системе Costco в США и Канаде стоит от \$55 до \$110, в Мексике от \$450 до \$1000, в Испании от 25 до 30 евро, в Великобритании 20 фунтов стерлингов. Некоторые магазины Costco имеют свои автозаправочные станции, аптеки, оптики, центры продажи слуховых аппаратов, а также фудкорты, где покупатели могут быстро перекусить или пообедать (меню во всех странах, как правило, одинаковое) мастерские фотопечати. Также Costco предлагает различные услуги - страховки, замена автомобильных шин, туристические туры и т.д. На входе и выходе в магазинах Costco стоят гритеры [1]. Они являются первыми и последними сотрудниками, с которыми покупатели вступают в контакт в магазине. По такой же стратегии на рынке стала работать компания Target.

Само название «гритер» происходит от английского to greet – приветствовать. На самом деле это не изобретение Costco. Одним из первых это делал WalMart. Однако даже самые успешные гиганты розничной торговли США могут потерпеть неудачу на зарубежных рынках.

В 2015 году – менее чем через 2 года после открытия 133 магазинов по всей Канаде – корпорация Target признала поражение и покинула рынок северных соседей США. Чистые потери компании составили порядка 2 миллиардов долларов, и около 17 тысяч канадцев остались без работы. При этом другие американские компании – в частности Costco, один из основных конкурентов Target, – становятся все более популярными среди канадских потребителей. Сейчас Costco считается четвертой крупнейшей сетью супермаркетов в Канаде, и почти у каждого третьего есть дисконтная карта[10].

По мнению большинства аналитиков, Target не сумела закрепиться на канадском рынке именно из-

за недостатков цепочки поставок. Специально разработанная система отслеживания товаров, которую компания использует в США, не работала в Канаде. Из-за этого распределительные центры не могли поддерживать нормальную связь с торговыми точками: одни не знали, чего не хватает в магазинах, а другие были не в курсе, какие товары прибыли в центр распределения.

Это стало причиной того, что полки порой оставались пустыми, даже в тот момент, когда распределительные центры были забиты под потолок. Нередко это приводило к тому, что сотрудникам приходилось заниматься инвентаризацией всех товаров в магазине, а этот процесс занимал в среднем неделю.

В отличие от Target, Costco действовала в соответствии со стратегией постепенного развития, что дало ей достаточно времени для формирования эффективной системы снабжения. Эта система использует транзитные центры распределения: туда свозятся товары непосредственно от производителей и уже оттуда грузовики доставляют их в магазины.

Причиной оказалось, что компания, вышедшая на новый рынок не стремилась выяснить и не разобралась, чем канадские покупатели отличаются от американских, что привело к полному провалу. Более того, весь ассортимент представленных товаров в магазинах Канады, был основан на данных, собранных в США. К тому же, Target слишком поздно поняла, что канадцы не скупают все необходимое в одном месте – а ведь эта привычка американцев лежит в основе бизнес-модели корпорации.

Из-за вышеуказанных проблем с поставками и отчасти с ассортиментом пробные магазины Target не были полностью готовы к работе, но компания не осознав масштаб данной проблемы, все же решила их открыть. Это привело к тому, что компания сразу же потеряла доверие потребителей. Данные исследования помогают лучше понять психологию покупателей и показывают ориентиры для стратегии совершенствования торгового предприятия.

На российском рынке достаточно хорошо зарекомендовали себя компании, работающие по принципу магазин-склад, METRO Cash&Carry, Лента, Selgros Cash&Carry, IKEA, Ашан, Leroy Merlin, OBI, Castorama, имеющие большое преимущество в цепочках поставок в сравнении с отечественными магазинами. Эффект масштаба, стандарт торговли, расположение торговых зон согласно передовым практикам и технологиям позволяют этим предприятиям завоевывать новые рынки. В логистическую систему таких компаний входят распределительные центры – платформы, работающие со следующими товарными группами. Распределительные центры работают по становящемуся популярным в России принципу кросс-докинга, который позволяет сократить время на доставку и издержки по складскому хранению[4]. Консолидация товаров до полной загрузки машин в распределительных центрах компании и использование принципа реверсивной логистики обеспечивают экономию средств

на транспортные перевозки. Оптимизация использования автотранспорта снижает ущерб, наносимый окружающей среде выхлопными газами автомобилей[7].

Например, Компания «Лента» с 2004 года использует технологию EDI для электронного обмена данными с поставщиками: информация об участнике (PARTN), заказ на поставку (ORDER), заказ на возврат (RETANN), уведомление об отгрузке (DESADV) и акт приемки товара (RECADV) [2].

В настоящее время по технологии EDI с «Лентой» обмениваются информацией более 95% всех поставщиков. По результатам исследования, проведенного компанией «Лента», время приемки товара в гипермаркетах сети и распределительных центрах сократилось в 1,5-3 раза.

В целом за время работы с системой EDI компании «Лента» и ее партнерам удалось достичь следующих преимуществ:

- ускорение обмена информации;
- снижение количества ошибок в документах;
- исключение ручных операций по обработке документов;
- сокращение времени обработки документов при поставках в гипермаркеты сети и распределительные центры компании;
- автоматизации процессов получения заказов/поступления товаров.

Крупные торговые сети начали активно внедрять современные технологии для того, чтобы упростить процесс покупки [5]. Во многих магазинах появились кассы самообслуживания, которые позволяют покупателю самостоятельно «пробить» товары, что позволяет сократить расходы на персонал и увеличивает пропускную способность линии касс.

Преимущества функционирования торговых предприятий типа магазин-склад обусловлены развитием рыночной системы, которая диктует принципы рационализации, оптимизации, и экономии имеющихся ресурсов.

Обзор истории развития магазинов-складов позволяет нам сделать вывод об устоявшейся тенденции магазинов такого типа, которые сумели

найти свою нишу в рыночной экономике и успешно работают, распространяя свои сети по всему миру.

Список использованной литературы

1. 5 лучших сервисных компаний в мире по версии Джона Шоула: Costco Wholesale Corporation//Стратегические решения: простые ответы на сложные вопросы. <http://sincereservice.ru/blog/costco/> вход свободный (дата входа 24.04.2019)
2. <https://lenta.com/postavshchikam/logistika?city=key=spb> – вход свободный (дата входа 24.04.2019)
3. Анатолий Есютин - Розничные торговые сети: стратегии, экономика, управление // <https://www.libfox.ru/651121-anatoliy-esyutin-rozничные-torgovye-seti-strategii-ekonomika-upravlenie.html>- (дата входа 24.04.2019)
4. ЖУРНАЛ CRE 8 (344): технология кросс-докинга <https://www.cre.ru/news/1108> - вход свободный (дата входа 24.04.2019)
5. Инновации в розничной торговле: технологии самообслуживания как путь повышения конкурентоспособности компаний// https://elibrary.ru/download/elibrary_21486262_78286569.pdf - вход свободный (дата входа 24.04.2019)
6. Магазины-склады как современная форма осуществления оптовой торговли <https://cyberleninka.ru/article/v/sovershenstvovanie-organizatsionnyh-form-osuschestvleniya-optovoy-torgovli> - вход свободный (дата входа 24.04.2019)
7. Организация логистической деятельности в ООО «Метро Кеш энд Керри»// <https://www.pglu.ru/upload/iblock/998/53.pdf> - вход свободный (дата входа 24.04.2019)
8. Советский энциклопедический словарь / гл. ред. А.М. Прохоров; редкол.: А.А. Гусев [и др.]. – Изд. 4-е. – М.: Совет. энцикл., 1987. – 1600 с.: ил.
9. Частный корреспондент// http://www.chaskor.ru/article/kak_rozhdalsya_auchan_32210 - вход свободный (дата входа 24.04.2019)
10. Чему нас учит международный опыт Costco и Target //Fastforward// <http://forward.biz/en/2011-06-14-05-16-30/659-costco-and-target-international-practice-> вход свободный (дата входа 24.04.2019)