



УДК 339.379

© Уянга Отгонбаатар

**СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ СЕТЕВОЙ ТОРГОВЛИ  
(НА МАТЕРИАЛАХ ГК «ТИТАН» РЕСПУБЛИКИ БУРЯТИЯ)**

*Аннотация: в статье рассмотрена стратегия развития розничной сетевой торговли ГК «Титан», основанная на диверсификации деятельности. Развитие производства, сферы услуг оказывает положительное влияние на эффективность деятельности предприятий розничной торговли исследуемой организации.*

*Ключевые слова: стратегия, розничная сетевая торговля, диверсификация.*

© Uyanga Otgonbaatar

**RETAIL NETWORK STRATEGY OF TRADE  
(ON A MATERIAL OF GC "TITAN" REPUBLIC OF BURYATIA)**

*Abstract: The article deals with the development strategy of the retail trade network "Titan", based on the diversification of activities. Development of the production, the service sector has a positive impact on the effectiveness of the retailers studied organization.*

*Keywords: strategy, retail network trade, diversification.*

Основная тенденция современной торговли – формирование розничных торговых сетей. Сетевая торговля становится значительной и влиятельной силой в мировой экономике, во многом определяющей развитие конкуренции на внутренних рынках стран.

Розничная торговая сеть – это совокупность розничных торговых предприятий одного или разных форматов, объединенных общим управлением или расположенных на одной территории.



В исследованиях О. В. Фетисовой рассматривается эволюция розничных торговых сетей [1]. Торговые сети появились на российском рынке сравнительно недавно, с середины 90-х гг. XX столетия. Однако для стран с рыночной экономикой сетевой формат явление далеко не новое. Первые два магазина самообслуживания с прямым доступом к товарам были открыты еще в 1912 г. в Калифорнии. Это была «революционная» для того времени форма торговли, положившая начало развитию ее современных форм.

Первый супермаркет в его современном понимании открыл в 1916 г. предприниматель из Мемфиса (США) К. Саундерс, а через семь лет созданная им сеть насчитывала уже 2 800 магазинов. Таким образом, сетевая торговля имеет почти вековую историю развития.

В современных исследованиях, рассматривающих развитие российских торговых сетей, отмечается, что производители попадают во все большую зависимость от оптового и розничного звеньев, обеспечивающих доведение их продукции до потребителя. С учетом ограниченности торговых площадей товары, не принадлежащие крупнейшим поставщикам, все чаще исключаются из ассортимента и заменяются товарами, продаваемыми под товарными марками крупных розничных сетей. В результате доступ на рынок других поставщиков все более затрудняется [2].

Компания «ТИТАН» является одной из крупнейших оптово-розничных продовольственных компаний в Сибири, основана в 1995 г. [3]. Основными видами деятельности компании являются:

1. Услуги торговли
  - Розничная торговля
  - Оптовая торговля
  - Экспорт российских товаров в Монголию
2. Услуги общественного питания
  - Ресторан-бильярд «Ковбой»
3. Производство



- Мясоперерабатывающая фабрика «Селенга»

- Рыбозавод «Байкал»

- Собственное производство РТС

4. Услуги физкультуры и спорта

- Фитнес-клуб «МегаТитан»

- Ежегодные открытые соревнования по подледному лову «Байкальская рыбалка»

Розничная торговля является базовым, основным видом деятельности, построена по сетевому принципу, включает в себя 42 фирменных магазина в г. Улан-Удэ и районах Республики Бурятия. Общая площадь торговых помещений более 33 000 квадратных метров. Более 55 000 покупателей ежедневно.

Базовой стратегией развития ГК «Титан» является стратегия связанной диверсификации, что означает развитие других видов деятельности, связанных с основной отраслью – сетевой розничной торговли. Рассмотрим отрасли диверсификации ГК «Титан».

Оптовая торговля: Оптовое направление компании представлено оптовыми центрами в г. Улан-Удэ и в районах республики Бурятия, торговым представительством в Монголии. Оптовые центры обеспечивают продовольствием Бурятию, Забайкальский край и Монголию. Общая площадь складских помещений — 10 000 кв.м., морозильные камеры на 600 тонн продукции, автопарк включает 90 единиц техники, имеются собственные подъездные пути

Фабрика «Селенга». Открытие мясоперерабатывающей фабрики состоялось в конце 2009 г. Со времени открытия, фабрика завоевала 33% рынка колбасной продукции. Мощность фабрики «Селенга» — 20 тонн в сутки. Предприятие выпускает более 190 наименований колбас, деликатесов и полуфабрикатов. Принципиальная позиция фабрики «Селенга» — закупать сырье и ингредиенты, гарантирующие безупречное качество конечной продукции. В производстве колбас, мясных полуфабрикатов и деликатесов используется местное мясо,



выращенное в хозяйствах районов Бурятии. Качественное сырье, совершенные технологии и оригинальные рецептуры — это главные конкурентные преимущества.

Рыбозавод «Байкал». Рыбозавод «Байкал» начал свою работу в декабре 2011 года и в данное время является флагманом рыбной перерабатывающей отрасли в Бурятии, высокотехнологичным заводом с большим потенциалом развития. В настоящее время на заводе работает шесть цехов: посола, копчения, полуфабрикатов, вакуумирования, растарки и пресервный цех. Готовые изделия фасуются и распределяются по упаковкам. Для транспортировки в отдаленные от республики районы вся продукция упаковывается дополнительно, что позволяет продукции дольше храниться. Основными поставщиками рыбозавода являются Владивосток, Сахалин, Мурманск, Санкт-Петербурга, районы Бурятии. Основную ставку завод делает на продукцию из байкальского омуля.

Собственное производство в 15 магазинах ГК «Титан». Ежедневно в магазинах сети продается около 200 видов свежей выпечки. Все изделия выпекаются на современном французском оборудовании, поэтому продукция соответствует самым строгим международным стандартам качества. Ежедневно производится до 400 наименований салатов, готовых мясных и рыбных блюд, гарниров, роллов, изделий во фритюре, консервации, фаршей, шашлыков, пиццы, полуфабрикаты и др.

Таким образом, ГК «Титан» является эффективной и динамично развивающейся организацией. Основными факторами конкурентоспособности являются наличие базового вида деятельности – розничной торговой сети и эффективно реализуемой стратегии диверсификации.

### **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Фетисова О.В. Современные тенденции развития мировой розничной торговли // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3. Экономика. Экология. – 2009. – № 2 (15). – С. 61-70.



2. Шнорр Ж.П. Состояние и развитие торговли территории в условиях глобализации: теория, методология, практика: автореф. дис. ... д-ра экон. наук. – Красноярск: ФГАОУ ВПО «Сибирский федеральный университет». – 2015. – 41 с.

3. Официальный сайт ГК «Титан». URL [http://www.megatitan.ru/about-the-company/about\\_us/](http://www.megatitan.ru/about-the-company/about_us/) (дата обращения 20 июня 2016 г.).

Автор: Уянга Отгонбаатар

Место учебы: Бурятский государственный университет, ИЭУ, кафедра менеджмента, гр. 11250м

Научный руководитель: д.э.н., проф. кафедры менеджмента М.В. Намханова.

Author: Uyanga Otgonbaatar

Place of study: Buryat State University, IED, Department of Management, c. 11250m

Supervisor: prof. management Department

MV Namhanova.