

## ЭКОНОМИКА

### ОЦЕНКА ВЗАИМОСВЯЗИ ОСНОВНЫХ ТИПОВ БИЗНЕС-СТРАТЕГИЙ СЕТЕВЫХ ТОРГОВЫХ КОМПАНИЙ И ТИПОВЫХ ВАРИАНТОВ ИТ-СТРАТЕГИЙ

**ВОРОНОВА Ольга Владимировна**

кандидат экономических наук, доцент Высшей школы сервиса и торговли

Институт промышленного менеджмента, экономики и торговли

ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого»

**ВАСИЛЬЕВ Владимир Николаевич**

менеджер-стажер

ООО «Нева Эксплуатация»

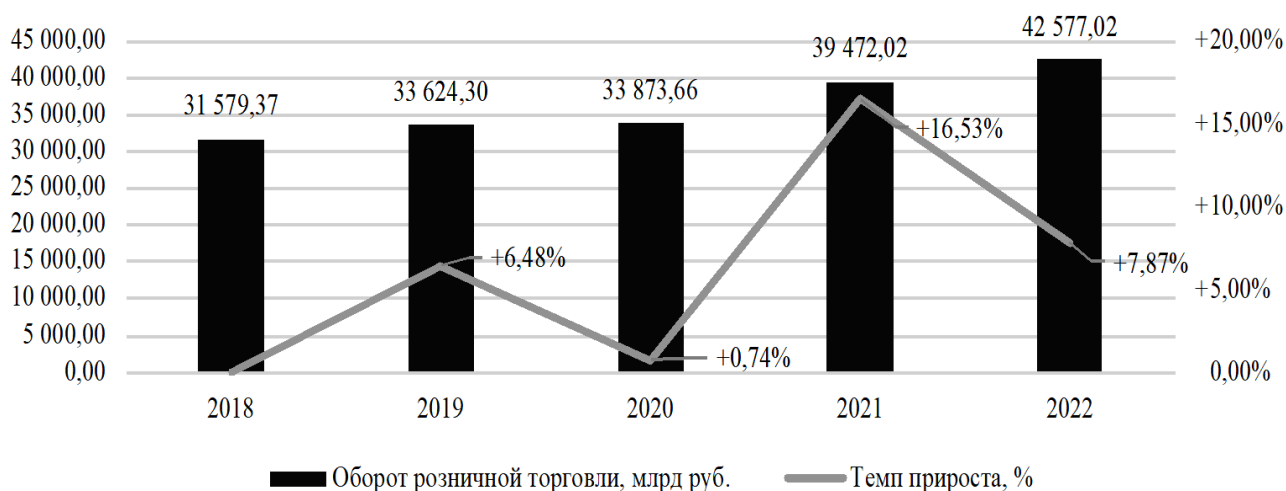
г. Санкт-Петербург, Россия

*Данное исследование посвящено ИТ-стратегиям сетевых торговых компаний. Актуальность данной темы обусловлена ростом научного интереса к области стратегического управления ритейлом ввиду активного развития отрасли под влиянием новых возможностей и цифровизации рынка. В ходе проведения исследования авторами были описаны основные изменения и тенденции развития рынка торговли, представлены основные типы бизнес-стратегий торговых компаний, а также охарактеризованы отличительные особенности инструментов по их разработке и реализации. По результатам исследования авторами была разработана матрица взаимосвязи основных типов бизнес-стратегий сетевых торговых компаний и типовых вариантов ИТ-стратегий.*

**Ключевые слова:** бизнес-стратегия, торговля, требования бизнеса, ИТ-технологии, ИТ-стратегия.

На сегодняшний день розничная торговля является одним из наиболее развивающихся и крупных секторов эконо-

номики Российской Федерации, о чем свидетельствуют данные Росстат (ЕМИСС) на рисунке 1.



**Рисунок 1. Динамика оборота розничной торговли Российской Федерации, 2018-2022 гг.**

Согласно рисунку, за последние пять лет совокупный оборот предприятий розничной торговли вырос с 31 579,37 млрд руб. до

42 577,02 млрд руб., при этом значение ежегодных темпов прироста достигали значений от +0,74% до +16,53%.

Ввиду роста значений совокупного оборота, представленного на рисунке, а также увеличения торговых площадей, ввода новых форматов магазинов и усиления консолидации, активно изменяются подходы к управлению информационными потоками [3] и оценке экономической эффективности [7] торговых компаний.

Ключевыми предпосылками к трансформации стратегий розничных компаний является трансформацию их бизнес-моделей [6] в связи с множеством факторов цифровизации торговли, рассмотренные авторами ранее в работе [5], а также рядом следующих тенденции развития отрасли [4]:

1. Усложнение дифференциации покупательских предпочтений.

2. Развитие электронной коммерции в виду цифровизации экономики.

3. Доступность информации и развитие комфортной потребительской среды.

4. Укрупнение розничных сетей.

5. Партнерство между локальными поставщиками и развитие собственных торговых марок.

В связи с этим тема актуализации и систематизации данных о стратегическом управлении торговыми компаниями с учетом возможностей глобализации и задач цифровой экономики, включая развитию рынка услуг в сфере торговли [1], приобретает первостепенное значение.

Основываясь на текущем состоянии отрасли, выделяют следующие три типа основных бизнес-стратегий [4]: сбалансированного портфеля форматов, конкурентная, функциональные. Представим их краткую характеристику, согласно [4], в таблице 1.

Таблица 1

#### ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНЫХ ТИПОВ СТРАТЕГИЙ РОЗНИЧНЫХ КОМПАНИЙ ПО А. ШУБИНУ

Тип стратегии	Характеристика
Сбалансированный портфель форматов	Компания принимает стратегические решения на основании экспертной оценки конкурентных позиций и рыночной привлекательности каждого из имеющихся розничных форматов, используя матрицу выбора стратегии
Конкурентная стратегия	Компания формирует свалю стратегию на основании анализа рынка и оценке своих конкурентных позиций по трем конкурентным факторам: маркетинг, ресурсы, технологии
Функциональные стратегии	Общая стратегия формируется, согласно бизнес-модели розничной компании, по трем функциональным областям: взаимоотношение с покупателями, операционная деятельность, отношение с поставщиками

На основании представленных в таблице данных, можно сказать, что на сегодняшнем этапе развития торговли любые бизнес-стратегии сетевых торговых компании можно классифицировать на три типа, согласно и ключевому акценту (приоритету) развития. При этом важно понимать, что в зависимости от выбранного типа бизнес-стратегии главный акцент при разработке инструментария для реализации ее будет различен.

Так, следуя логике описанного выше материала, в случае развертывания стратегии сбалансированного портфеля форматов компании необходимо обладать рядом инструментов по оптимальной, объективной и оператив-

ной оценке рыночной привлекательности и конкурентной позиции по ряду магазинов каждого из представленных компанией форматов, а также инструментами быстрого анализа собранных данных и принятия решения.

В случае осуществления конкурентной стратегии, сущность которой, как уже было отмечено, будет заключаться в формировании конкурентных факторов внутри своего отраслевого сектора, набор инструментов будет включать в себя более широкий перечень технологий оценки состояния данного сектора, включая различные модели определения стратегической конкурентной группы путем оценки позиций компаний по широте

ассортимента, цены и места расположения магазинов, а также анализа разрывов между оценками состояния стратегически важных ресурсов и способностей ряда конкурентов и самой компании (бенчмаркинг).

В случае применения бизнес-стратегии, декомпозированной на три основные функциональные области, внутри компании будут сформированы три набора инструментария: для отношений с покупателями (маркетинг), для работы с поставщиками, а также для поддержания и развития внутренних процессов компании (операционной модели).

Как уже было отмечено ранее, сегодня циф-

ровизация экономики продолжает активное влияние на трансформацию торговли, в связи с чем использование информационных технологий (ИТ) является ключевым инструментом по достижению целей бизнеса. Внедрение и развитие информационных технологий внутри компании осуществляется путем развертывания ИТ-стратегии, типовые варианты которой можно выделить в зависимости от ее содержания [2]. В связи с этим мы можем определить взаимосвязь типовых вариантов ИТ-стратегий, предложенных в [2], и основных типов бизнес-стратегий сетевых торговых компаний. Результаты представлены в таблице 2.

Таблица 2

**МАТРИЦА ВЗАИМОСВЯЗИ ОСНОВНЫХ ТИПОВ БИЗНЕС-СТРАТЕГИЙ СЕТЕВЫХ ТОРГОВЫХ КОМПАНИЙ И ТИПОВЫХ ВАРИАНТОВ ИТ-СТРАТЕГИЙ**

Основные виды бизнес-стратегий сетевых торговых компаний  Типовые варианты содержания ИТ-стратегии	Сбалансированного портфеля форматов		Конкурентная			Функциональные		
	Конкурентная позиция	Рыночная привлекательность	Маркетинг	Ресурсы	Технологии	Отношение с покупателями	Операционная деятельность	Отношение с поставщиками
1. Комплексная ИТ-стратегия	X	X	X	X	X	X	X	X
2. ИТ-стратегии, реализующие одно (несколько) требований к ИТ	X	X	X	X	X	X	X	X
3. ИТ-стратегия информатизации одного из подразделений компании (направлений бизнеса)								
– ИТ-стратегия информатизации маркетинга	X	X	X	X		X		
– ИТ-стратегия информатизации продаж	X		X		X	X		
– ИТ-стратегия информатизации управления	X		X	X	X	X	X	X
– ИТ-стратегия информатизации управления	X		X	X	X	X	X	X
– ИТ-стратегия информатизации закупок	X			X	X			X
4. ИТ-стратегии развития одного из элементов ИТ								
– ИТ-стратегия развития ИТ-технологий	X	X	X	X	X	X	X	X
– ИТ-стратегия развития ИТ-инфраструктуры	X			X	X		X	
– ИТ-стратегия развития ИТ-управления (персонала)	X		X	X	X	X	X	X
– ИТ-стратегия развития ИТ-безопасности	X				X		X	X

Основные виды бизнес-стратегий сетевых торговых компаний  Типовые варианты содержания ИТ-стратегии	Сбалансированного портфеля форматов		Конкурентная			Функциональные		
	Конкурентная позиция	Рыночная привлекательность	Маркетинг	Ресурсы	Технологии	Отношение с покупателями	Операционная деятельность	Отношение с поставщиками
5 ИТ-стратегии, оптимизирующие имеющиеся ИТ								
– ИТ-стратегия консолидации ИТ	X	X	X	X	X	X	X	X
– ИТ-стратегия импортозамещения в ИТ	X		X	X	X	X	X	X
– ИТ-стратегия аутсорсинга ИТ		X			X		X	
6. ИТ-стратегии внедрения новых ИТ-технологий								
– ИТ-стратегии внедрения IaaS-облака	X	X	X	X	X	X	X	X
– ИТ-стратегии внедрения частного облака	X		X	X	X	X	X	X
– ИТ-стратегии внедрения Managed DevOps	X		X	X	X	X	X	X
– ИТ-стратегии внедрения Managed Services Provider	X		X	X	X	X	X	X

Представленная взаимосвязь типовых вариантов содержания ИТ-стратегии и типов реализуемых сетевыми торговыми компаниями бизнес-стратегий может быть использована для формирования типизации и систематизации требований к ИТ-технологиям в зависи-

мости от типа бизнес-стратегии, а также в ходе проведения оценки соответствия ИТ- и бизнес-стратегий сетевых торговых компаний во время анализа текущих взаимосвязей составляющих элементов бизнес-стратегии и требований к ИТ-технологиям.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Евграфов А.А.* Услуги во внешнеэкономической деятельности: экономическая природа, тенденции роста и проблемы развития / А.А. Евграфов, О.В. Ильина, Г.В. Михайлова // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2017. – № 1-2(103). – С. 38-44.
2. *Михайлов А.* Типовые варианты содержания ИТ-стратегий // ИТ-стратегии: публикации, обучение, консалтинг – URL:<https://www.info-strategy.ru/it-strategy/content-variants/> (дата обращения: 22.02.2024).
3. *Смирнов А.Б.* Процесс систематизации информации для анализа бизнес-процессов в сфере торговли / А.Б. Смирнов, О.В. Ильина // Экономика и предпринимательство. – 2017. – № 2-2(79). – С. 523-527.
4. *Шубин А.* Бизнес-модели розничных компаний: как конкурировать с гигантами. – М.: ПБК Менеджмент: Onebook.ru, 2016. – 276 с.
5. *Giyosidinov B.B.* Digital transformation of trade: trends, stages and factors of digitalization at the sectoral level / B.B. Giyosidinov, V.N. Fedorchuk, O.V. Voronova // Technoeconomics. 2023. Vol. 2, No. 4(7). P. 38-45.

6. Ilin I., Voronova O., Knykina T. Improvement of the business model of network retail in FMCG sector // Proceedings of the 33rd International Business Information Management Association Conference, IBIMA 2019: Education Excellence and Innovation Management through Vision 2020. 2019. P. 5112-5121.

7. Pirogova O. et al. Optimizing trading company capital structure on the basis of using bankruptcy logistic models under conditions of economy digitalization // IOP Conference Series: Materials Science and Engineering. IOP Publishing, 2019. T. 497. № 1. P. 012129.

## EVALUATION OF INTERRELATION OF THE MAIN TYPES OF BUSINESS STRATEGIES OF NETWORK RETAIL AND TYPICAL VARIANTS OF IT STRATEGIES

**VORONOVA Olga Vladimirovna**

Candidate of Sciences in Economics, Associate Professor of the Graduate School of Service and Trade Institute of Industrial Management, Economics and Trade  
Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University

**VASILIEV Vladimir Nikolaevich**

Trainee Manager  
Neva Exploitation LLC  
St. Petersburg, Russia

*This study is devoted to IT strategies of network retail. The relevance of this topic is determined by increments of scientific interest in the field of strategic management of retail due to the active development of the industry under the influence of new market opportunities and digitalization. The key changes and trends of the trade market, the main types of business strategies of retail, and distinctive features of tools for their development and implementation are presented by the authors in the course of the study. Matrix of interrelation between the main types of business strategy and typical IT strategy of network retail is developed by authors as a result of the study.*

**Keywords:** business strategy, trade, business requirements, IT technologies, IT strategy.

## ПОЛИТИКА И МЕРЫ ПО ПОВЫШЕНИЮ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЛЕСОКЛИМАТИЧЕСКИХ ПРОЕКТОВ

**МОРКОВИНА Светлана Сергеевна**

доктор экономических наук, профессор

**КУЗНЕЦОВ Денис Константинович**

аспирант

ФГБОУ ВО «Воронежский государственный лесотехнический университет им. Г.Ф. Морозова»  
г. Воронеж, Россия

*Учитывая тенденции низкоуглеродного развития мировой экономики в настоящее время остаются актуальными вопросы реализации лесоклиматических проектов. В ходе данного исследования экспертный опрос позволил определить наиболее влиятельные предпосылки для реализации таких проектов. Это способствовало выявлению направлений для повышения социально-экономической эффективности реализации лесоклиматических проектов. При обобщении соответствующих направлений повышения эффективности были выделены три основные группы мер государственного воздействия: экономические, правовые и методологические.*

**Ключевые слова:** лесное хозяйство, экономика лесного хозяйства, леса, лесоклиматические проекты, изменения климата.