

УДК 33.339

***ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ РОССИИ НА  
ПРИМЕРЕ ООО "СПОРТМАСТЕР" В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ***

***Молочкова М.Ф.***

*Магистрант 1го года обучения экономического факультета*

*РУДН*

*Москва, Россия*

**Аннотация**

В данной работе рассматривается применение методов интернационализации товаров и продуктов торговых сетей России на примере организации ООО «Спортмастер» в современных условиях.

Главной целью научной статьи является выявление и исследование возможностей устойчивого экономического развития интернациональных связей для внедрения и распространения товаров на территории нескольких государств с учётом их адаптации на внутренних рынках.

Автором проводится анализ технологических приемов разработки и внедрения продукта на рынки стран, где располагаются торговые сети ООО «Спортмастер», финансовый анализ избранной стратегии развития компании, а также оценка возможностей и перспектив развития сети.

Научной основой настоящей публикации стали российские статистические сборники, новостные издания, публикации специалистов в данной области, а также данные с иностранных ресурсов.

**Ключевые слова:** Интернационализация, торговые сети, конкурентоспособность, рентабельность производства, сфера розничной торговли России.

***INTERNATIONALIZATION OF RETAIL CHAINS IN RUSSIA ON THE  
EXAMPLE OF "SPORTMASTER" IN MODERN CONDITIONS***

***Molochkova M.F.***

*Master's student of the 1st year of study of the faculty of Economics*

*RUDN (RUDN University),*

*Moscow, Russia*

**Annotation**

In this article consider the use of methods of internationalization of goods and products of retail chains in Russia on the example of the organization of "Sportmaster" in modern conditions.

The main purpose of the scientific article at is to identify and study the possibilities of sustainable economic development of international relations for the introduction and distribution of goods in several countries, considering their adaptation to domestic markets.

The author analyzes the techniques of development and implementation of product markets, where the trading network, "Sportmaster", a financial analysis of the development strategy of the company and assessment of the possibilities and prospects of development of the network.

The scientific basis of this publication is Russian statistical collections, news publications, publications of specialists in this field, as well as data from foreign resources.

**Keyword:** Internationalization, retail chains, competitiveness, profitability of production, retail trade in Russia.

В современном мире процессы глобализации занимают важную роль в развитии международного распределения труда, распространения групп товаров и внедрения единых технологий и стандартов производства в мире. Международные торговые сети и транснациональные компании одни из первых начали внедрять интернационализацию производства для расширения географии сбыта и быстрого «вхождения» на новые рынки.

Само понятие интернационализации производства включает в себя такие аспекты, как возможность установления производственных взаимоотношений между предприятиями стран мира, при которых производство каждой страны внедряется в единую систему мирового производственного процесса, с учетом разделения труда.

Идея интернационализации производства нашла применение еще в эпоху формирования промышленного капитализма и далее получила свое развитие при построении крупных транснациональных структур. Интенсификация применения подобных идей произошла с внедрением и использованием технологий быстрой связи, а также ускорения и введения новых видов транспорта, оптимизации логистических процессов производства и управление подобными крупными структурами.

Следующий этап развития интернационализации - углубление межстранового производства, которое связано с возникновением многообразных форм внутриотраслевой специализации: предметной и международной специализации отдельных отраслей и т.д. Интернационализация производства выступает и в форме космополитизации научно-технических исследований: компании различных государств объединяются для проведения научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (далее – НИОКР). [4]

Для упрощения мультистранового внедрения продукта, интернационализация поспособствовала унификации товаров для различных стран, т.е. даже производство, которое полностью осуществляется в рамках одной страны имеет рынки сбыта в нескольких странах мира, даже географически не связанных между собой. Распространение подобных товаров проходит под брендованными марками, упрощающими рекламу продукта и повышению узнаваемости.

Последние технологии интернационализации (разделение производства, унификация товаров и брендование) применяются в России с 1991 года. Международные компании внедряли подобные технологии в российских реалиях, для заполнения открывшихся рынков сбыта. Компании образованные на территории РФ после распада СССР не обладали достаточными технологиями и возможностями распространения для быстрого расширения и переориентации продукции на рынки других стран.

Однако, появившиеся торговые компании, начали использовать иностранные технологии для привлечения клиентов с помощью совмещения на территории одного магазина нескольких видов брендов. Российские торговые организации не имели достаточного капитала для массового продвижения собственных уникальных товаров, поэтому использование известных иностранных марок способствовало снижению затрат на рекламу, а поставки большей доли товаров из одних производственных комплексов (прим. территория Китая) также снижали логистические затраты.

Интернационализация производства в России 1990х годов происходила по линиям концентрации, специализации и кооперирования не по конечной продукции, а по деталям и узлам, а также комплектующим изделиям, под контролем ведущих мировых ТНК.

Одной из первых российских торговых компаний, использовавшей технологии интернационализации, стала компания ООО «Спортмастер».

ООО «Спортмастер» на 2019 год занимает лидирующие позиции в России на рынке спортивных товаров и является абсолютным лидером по количеству магазинов для спорта и активного отдыха. На базе торговой сети реализуется 208 видов брендов продукции, включая собственные зарегистрированные марки. Продукция «Спортмастер» реализуется во многих регионах России и также других странах: Белоруссия, Казахстан, Китай, Россия, Украина. [3]

Безусловно, международная компания унифицирует часть продукции для всех регионов продаж с целью снижения общих издержек и внедрения массовых товаров народного потребления. Однако, разнообразие продукции способствует увеличению как логистических затрат на доставку, так и адаптацию всех видов товаров к местным рынкам. С целью уменьшения влияния подобных факторов применяется технология брендового укрупнения. Подобный вид интернационализации способствует быстрому внедрению известных потребителям наименований производителей и снижает затраты связанные с ознакомлением потенциальной группы покупателей с новыми видами изделий. [2]

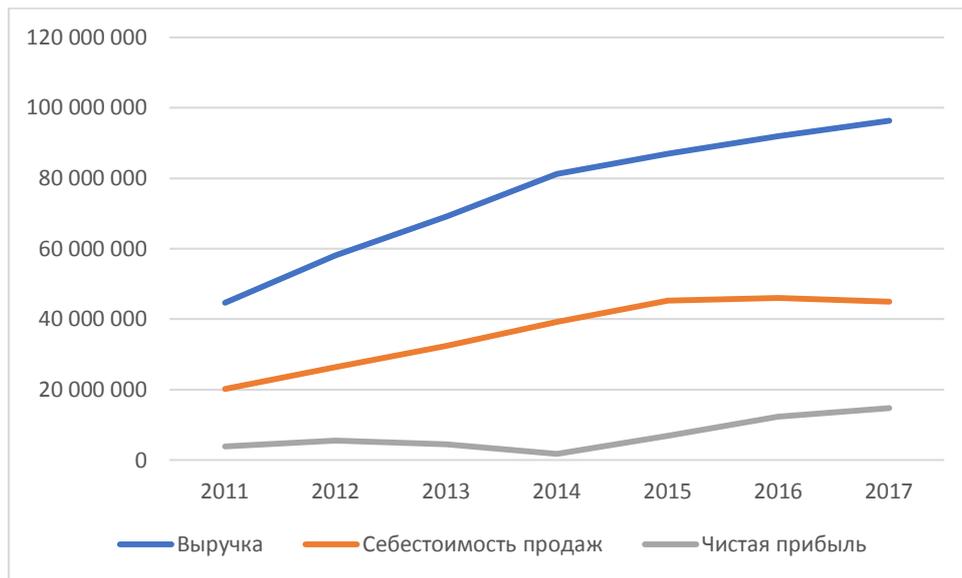


Рисунок 1. Динамика основных показателей ООО «Спортмастер» в тыс.руб.

Источник: составлено автором по данным [1]

Стратегия развития компании «Спортмастер» предусматривает увеличение реализации унифицированных товаров для всех регионов расположения торговой сети организации. Данные меры проводятся прежде всего с целью снижения коммерческих расходов, а также расходов связанных с рекламой новых товаров, с 2014 года по 2017 год коммерческие расходы сети снизились на 3329375 тыс.руб, при тенденции расширения торговых точек в 5 странах мира. Уже с 2011 года внедрение стратегии способствовало увеличению общей выручки и, не смотря на возросшую себестоимость продаж, чистая прибыль увеличилась к 2017 году и составила 14773737 тыс.руб, против 3934463 тыс.руб. в 2011 году. [1]

Бренды-партнёры ООО «Спортмастер» являются известными крупными производителями спортивных товаров, которые имеют широкую географию известности и пользуются спросом во многих странах мира. Увеличение доли крупных брендов в общем объёме реализуемых товаров способствовало снижению затрат на рекламу новой продукции. [3]

Применяемая стратегия с системой интернационализации, также способствовала увеличению рентабельности продаж (таблица 1.)

Таблица 1. - Финансовые показатели ООО «Спортмастер»

<b>Финансовый показатель</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
ЕВИТ	6 838 221	3 297 878	10 035 205	16 914 058	19 827 999
Рентабельность продаж (прибыли от продаж в каждом рубле выручки)	8.6%	7.3%	13.2%	17.4%	19.4%

Источник: составлено автором по данным [5]

Рентабельность увеличилась на 10.2% к 2017 году, по сравнению с 2013 годом. Подобным изменениям поспособствовала цифровизация сети «Спортмастер» при интернационализации производства. В Китае издержки на содержание торговых площадей, сотрудников и мест хранения товара заменили на прямые поставки с крупных распределительных узлов непосредственно покупателю. Хотя данная технология применяется во всех странах функционирования «Спортмастера», однако в Китайской Народной Республике (КНР) преобладают интернет-продажи. Так как превалирующая доля реализуемых товаров производится в данной стране, на территории товарных хабов размещают складские помещения для товаров, которые дополнительно реализуются на ближайшие территории КНР. [6]

В заключении стоит отметить положительные изменения в финансовом анализе компании с 2013 года по 2017 год. Внедряемые методы способствуют снижению издержек на продажу товаров, перенаправлению дополнительной прибыли на расширение географии сбыта. Интернационализация товаров и

услуг способствует расширению торговой сети и выходу на новые перспективные рынки.

### **Библиографический список**

1. Бухгалтерская отчётность компании ООО «Спортмастер» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.audit-it.ru/buh\\_otchet/7728551528\\_ooo-sportmaster](https://www.audit-it.ru/buh_otchet/7728551528_ooo-sportmaster)
2. Международная группа «Спортмастер» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sportmastercorp.com/partners/>
3. ООО «Спортмастер» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sportmaster.ru/>
4. Финансово-кредитный энциклопедический словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://finance\\_loan.academic.ru/](https://finance_loan.academic.ru/)
5. Федеральная служба государственной статистики РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/>
6. Китайское подразделение «Спортмастер» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sportmaster.cn/>

*Оригинальность 95%*