

УДК 338.33

***АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СЕТЕВОЙ
РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В РОССИИ***

Фалько А.Э.

Магистр,

Сибирский федеральный университет,

Красноярск, Россия

Аннотация

В данной статье проведен анализ состояния сетевой розничной торговли в Российской Федерации, рассмотрен положительный эффект от развития данной сферы, а также изучены основные факторы, препятствующие ее процветанию.

Ключевые слова: сетевая торговля, розница, рынок, оборот розничной торговли, предприниматели, регион, формат магазина.

***ANALYSIS OF STATUS AND TRENDS OF DEVELOPMENT OF NETWORK
RETAIL TRADE IN RUSSIA***

Fal'ko A.A.

Master's degree,

Siberian Federal University,

Krasnoyarsk, Russia

Annotation

This article analyzes the state of retail network trade in the Russian Federation,

considers the positive effect of the development of this sphere, and also studies the main factors that hinder its prosperity.

Keywords: trade network, retail, market, retail turnover, entrepreneurs, region, store format.

На сегодняшний день развитие сетевой торговли набирает обороты как в мире, так и в России. Невысокие относительно Евросоюза долгосрочные арендные ставки торговых площадей и хорошие перспективы роста розничных продаж подталкивают международные сети выходить на российский рынок. Более 90% розничных сетей, входящих в список самых популярных в Европе, уже работают на российском рынке.

Опасаясь появления западных конкурентов на территории нашей страны, российские розничные агенты начинают развиваться в субъектах Российской Федерации.

По данным Росстата в период с 2010г. по 2016г. оборот розничной торговли в России увеличился на 71% и составил 28317321,7 млрд. руб.

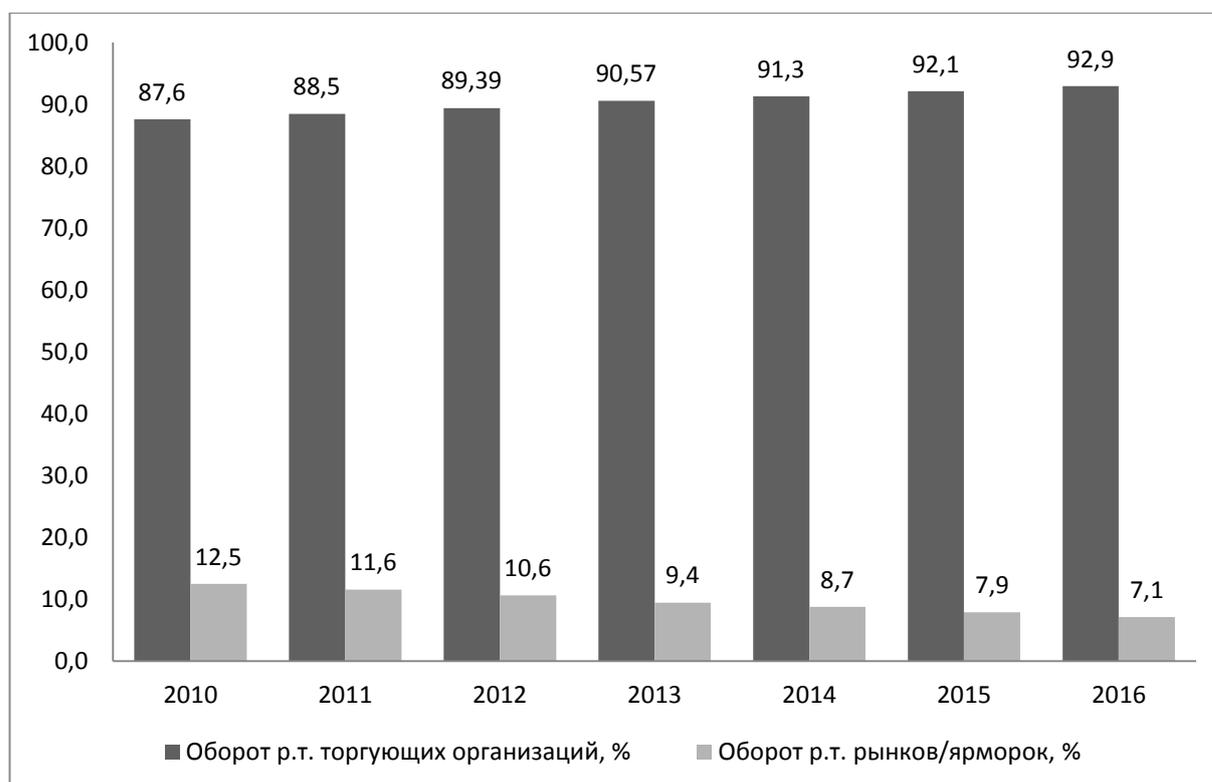


Рис.1 – Оборот розничной торговли

На рисунке 1 видно, что основанная доля оборота розничной торговли приходится на торгующие организации. Доля рынков и ярмарок заметно сократилась, по итогам 2016 года она составляет 7,1% от общего оборота розничной торговли. Из них на продовольственные товары приходится 48,6%, а на непродовольственные – 51,4%.

Рост цен на продовольственную продукцию подталкивает покупателей все чаще посещать дискаунтеры. По данным исследования GfK, продажи российских дискаунтеров по итогам 2016 года выросли на 15,3% при этом отмечается, что дискаунтеры растут быстрее как по частоте покупок, так и по среднему чеку. При этом их наиболее активное развитие отмечено на Урале и в Сибири. Однако исследования компании Nielsen показывает, что потребители в последнее время все чаще отдают предпочтение специализированным магазинам и готовы потратить больше времени на посещение нескольких специализированных магазинов, чем совершить покупки в одном универсальном. Такая тенденция вызвана способностью специализированных магазинов лучше удовлетворить потребности

покупателя в определённой категории товаров. За 2016 год торговых точек, специализирующихся на товарах для детей, стало больше на 7%, на товарах для домашних животных — на 5%. Особенно ярко такая динамика проявляется в крупнейших городах.[2]

При этом на долю розничных сетей в России приходится 27,2%. Из них 27,3% приходится на Центральный федеральный округ, 46,1% - Северо-Западный федеральный округ, 25,1% - Южный федеральный округ, 6,2% - Северо-Кавказский федеральный округ, 26,5% на Приволжский федеральный округ, 28,5% - на Уральский федеральный округ, 29,1% - на Сибирский федеральный округ, 12,5% - на Дальневосточный федеральный округ.(Рис.2)

Среди регионов РФ многолетним лидером по развитию розничных сетей является город Санкт-Петербург. Там на долю торговых сетей по итогам 2016 года пришлось 57,7% оборота розничной торговли. Большое количество крупнейших торговых сетей были основаны в Санкт-Петербурге. Также высокой долей сетевой торговли характеризуются Ленинградская область — доля 50,2%, что соответствует 2-му месту, Мурманская область (41,9%, 3 место), Псковская область (37,4%, 13 место). По мнению экспертов РИА Рейтинг, такая тенденция связана с двумя факторами. Во-первых, эти регионы славятся относительно суровым климатом, поэтому из-за плохой погоды люди предпочитают совершать покупки в одном большом магазине. Во-вторых, территориальная близость к Европе и удаленность от других наших городов, там активно развивается торговля импортными товарами. При этом импорт из стран Европы осуществляется организованно крупными партиями, которые реализуются именно через торговые сети.[3]

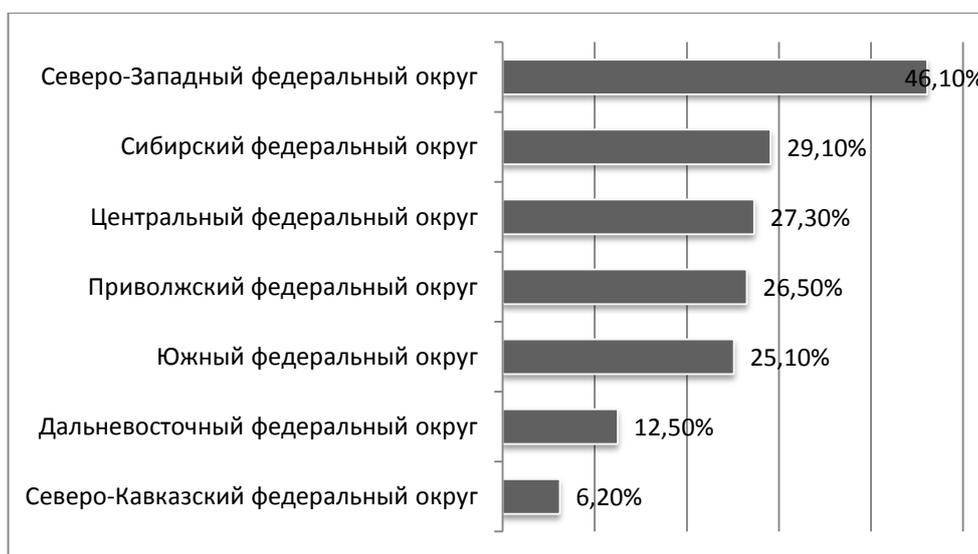


Рис.2 - Доля розничных торговых сетей в формировании оборота розничной торговли

Среди регионов с самым малым количеством сетевых магазинов можно выделить республики Дагестан, Ингушетия и Чеченскую Республику. Это связано с небольшим числом платежеспособного населения в этих регионах, а также с тем, что в них затруднена логистика.

Безусловно, появление торговых сетей оказывает положительное влияние на развитие территорий.

Во-первых, для привлечения покупателей торговые сети вынуждены предоставлять широкий ассортимент товаров, в связи с этим им необходимо сотрудничать с большим количеством поставщиков, таким образом обеспечивая вторым регулярные точки сбыта. Кроме этого, для многих производителей сельскохозяйственной продукции сетевые магазины являются единственными регулярными клиентами. Такая тенденция привела к выравниванию соотношения сил между розничной торговлей и производителями товаров, повышению дисциплинированности производителей в части выполнения сроков и объемов поставок, уровня и стабильности качества поставляемой в сети продукции, снижению рисков производителей.

Во-вторых, так как партии закупок в торговых сетях достаточно велики, производители часто делают им скидку на свой товар. Также организованная логистика позволяет сокращает сумму затрат торговых сетей. Данные факты позволяют сетевым магазинам продавать продукцию по ценам ниже, чем другие предприниматели. Помимо этого, конкуренция, действие эффектов масштаба и снижение спекулятивной прибыли оптовых посредников способствовали замедлению роста уровня цен на потребительские товары.

В-третьих, торговые сети предлагают лучший ассортимент и более высокие стандарты обслуживания покупателей, гибче реагируют на предпочтения потребителей, обеспечивая их необходимыми товарами, делая скидки на определенные группы товаров, а также активно развивают дополнительные услуги.

По данным Росстата доля занятого населения в торговле по итогам 2016 года равна 18,5%, то есть большая часть населения. Таким образом, развитие сетевой розничной торговли обеспечивает регион рабочими местами. В отличие от мелких магазинчиков, торговые сети предлагают вакансии на большее количество должностей, так как им помимо продавцов и товароведов требуются сотрудники, отвечающие за товарный ассортимент, управляющие кадрами, ведущие бухгалтерский учет, отвечающие за снабжение магазинов. Кроме того, крупные торговые точки своих сотрудников трудоустраивают официально, что также благоприятно влияет на развитие территорий.

Не смотря на положительный эффект от развития сетевой розничной торговли в регионах РФ, существуют некоторые барьеры для продвижения данной сферы бизнеса.

Одна из них заключается в том, что торговых сетей не имеют финансового обеспечения, а кредитование в РФ производится по ставке 25% годовых. При этом кредитование за рубежом возможно под 2-3% годовых. В связи в этом многие федеральные торговые сети регистрируют свой бизнес за

пределами нашей страны. Следовательно данные торговые сети уплачивают налоги в бюджеты иностранных государств.

Также в настоящее время существует ряд проблем в сфере арендно-земельных отношений, связанных с эксплуатацией торговых центров, а также налогово-административными претензиями со стороны государственных органов. Субъекты розничной торговли регулярно подвергаются различным проверкам государственными органами. Чаще всего из них фигурируют налоговая инспекция, госсанэпидемнадзор и пожарная инспекция.[4]

Стоит отметить и тот факт, что не смотря на возможность торговых сетей обеспечить регион рабочими местами, квалифицированных специалистов для развития сети в отдаленных регионах недостаточно.

Развитию ритейлов также мешает государственные ограничения, а именно: запрет на открытие новых магазинов, если доля компании в розничном обороте продовольственных товаров превышает четверть; введение положения о том, что поставщики не могут делать скидку более 10% от розничной стоимости товаров; регулирование правительством цен и наценок на социально значимые продукты, то есть если в течение 30 календарных дней рост цен на них превысит 30%, правительство может установить предельно допустимые цены на срок до 90 календарных дней. [1]

Библиографический список:

1. Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ: Федеральный закон от 28.12.2009г. №381-ФЗ
2. Российский ритейл. Итоги 2016 г. – I полугодия 2017 г./ Национальное рейтинговое агентство – 2017. [Электронный ресурс] - <http://www.ranational.ru/ru/node/59612>
3. Российский сетевой ритейл/ webeconomy.ru – 2013. [Электронный ресурс] - <http://www.webeconomy.ru>

4. Стариков Н. Торговые сети раскинули сети / Н. Стариков – 2016. [Электронный ресурс] - <https://nstarikov.ru/blog/64857>
5. Торговые сети в розничной торговле регионов РФ/ РИА Новости – 2013. [Электронный ресурс] - <https://ria.ru/economy/20130926/965972854.html>