

УДК 334.12.72

## ***ОСОБЕННОСТИ РЫНКА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В РОССИИ***

***Маркосян А.В.***

*магистрант,*

*Кубанский государственный университет,*

*Краснодар, Россия*

### **Аннотация**

В данной статье рассматриваются особенности рынка розничной торговли в России, отражена классификация форм торговли, также проведен анализ динамики и структуры оборота розничной торговли России за период 2016–2018 гг. Преимущественно в этой статье автором сделан упор на такие форматы рынка продуктовой розничной торговли, как дискаунтеры (сетевые продовольственные магазины). В России происходит сокращение традиционных форматов, таких как рынки и ярмарки, федеральные торговые сети вытесняют с рынка небольших региональных сетей, при этом сохраняются высокий уровень конкуренции, в котором федеральные торговые сети в условиях падения доходов населения пытаются привлечь покупателей, предоставляя им выгодную цену и высокий уровень сервиса.

**Ключевые слова:** прибыль, розничная торговля, оборот, торговые сети, дискаунтеры.

## ***IMPROVE RETAIL BY STREAMLINING BUSINESS PROCESSES***

***Markosyan A.V.***

*undergraduate*

*Kuban State University,*

*Krasnodar, Russia*

**Annotation**

This article discusses the features of the retail market in Russia, reflects the classification of forms of trade, and analyzes the dynamics and structure of the retail trade turnover of Russia for the period 2016–2018. Mostly in this article, the author emphasized such formats of the grocery retail market as discounters (chain grocery stores). In Russia, traditional formats such as markets and fairs are being reduced, federal retail chains are crowding out small regional chains from the market, while maintaining a high the level of competition at which federal retail chains, in conditions of falling incomes of the population, are trying to attract buyers by providing them with a favorable price and a high level of service.

**Keywords:** profit, retail, turnover, trading networks, discounters.

Продажа товаров конечному потребителю носит название розничная торговля. В борьбе за покупателей, продавцам приходится участвовать в «жесткой» конкуренции, ведь главенствующее положение на рынке занимает – покупатель.

Классификацию форм розничной торговли можно представить с помощью рисунка 1.



Рис. 1 – Формы розничной торговли [3]

Розничная торговля через стационарные объекты является наиболее популярной, в Российской Федерации около 85-90% розничного товарооборота приходится именно на стационарные торговые объекты. Популярность данного вида розничной торговли обусловлено рядом факторов:

- расширенный ассортимент товаров;
- комфорт условия для покупки и высокий уровень сервиса со стороны сотрудников магазина [1].

Внемагазинная торговля включает в себя заказы по интернету и через каталоги продукции.

Внемагазинная торговля делится на следующие типы.

1 Личные продажи – решение о покупке товара принимается непосредственно при личном общении клиента с продавцом. Данный метод наиболее эффективен для продвижения товаров малоизвестных брендов.

Личные продажи – данный метод реализации товара является одним из наиболее дорогих, так как посредник забирает до 60% комиссионных от стоимости самого товара. При этом стоит отметить, что применение данного типа торговли позволяет эффективно управлять фондом оплаты труда

продавцов, так как они получают процент от продаж и оклад в данном случае отсутствует.

2 Продажи с заказом. Одним из подкатегорий продаж с заказом является «директ-мейл», согласно данной концепции продавцы доносят информацию о своем продукте с помощью распространения писем, журналов, каталогов среди потенциальных покупателей, список которых приобретают у справочных служб и специальных компаний

Телефонные продажи рассматривают как один из элементов личных продаж, но при этом имеет ряд отличий:

- низкий уровень доверия покупателей, из-за отсутствия зрительного контакта;
- продажа осуществляется по заранее сформированному алгоритму, который составляется для каждой категории товаров [4].

Актуальность рынка розничной торговли неоспорима. С изменением экономической ситуации рынок розничной торговли растет и развивается. Подстраиваясь под вкусы потребителей, создаются все новые формы розничной торговли (магазин у дома, дискаунтеры – федеральные торговые сети, онлайн-ритейл). С каждым днем влияние федеральных торговых сетей, укрепившихся на своих позициях, возрастает и вход новых предприятий на рынок розничной торговли страны становится труднее [5].

Министерство экономики Российской Федерации опубликовало статистику социально-экономического развития страны за 2016–2018 гг., включая оборот розничной торговли [2].

В таблице 1 представим динамику оборота розничной торговли РФ за период 2016–2018 гг.

Таблица 1 – Динамика и структура оборота розничной торговли РФ за период 2016–2018 гг., млрд руб. [2]

Показатели	2016 г.	2017 г.	2018 г.	Темп роста, %	
				2017/2016 гг.	2018/2017 гг.
Оборот розничной торговли, в т.ч.	28317,3	29804	31548	105,25	105,85
– пищевые продукты, вкл. табак и напитки	13762,2	14365,5	15016,8	104,38	104,53
доля в общем обороте розничной торговли, %	48,6	48,2	47,6	99,18	98,76
– непродовольственные товары	14555,1	15438,5	16531,2	106,07	107,08
доля в общем обороте розничной торговли, %	51,4	51,8	52,4	100,78	101,16

Исходя из социально-экономического развития страны за 2016–2018 гг., оборот розничной торговли в 2017 г. составил 29804 млрд руб., в отличие от оборота розничной торговли в 2016 г. 28317,3 млрд руб., что на 105,25% выше. Оборот розничной торговли в 2018 г. составил 31548 млрд руб., или 102,6% (в сопоставимых ценах) к 2017 г. или 105,85% по рыночным ценам.

В 2017 г. в структуре оборота розничной торговли удельный вес пищевых продуктов, включая напитки, и табачных изделий составил 48,2%, непродовольственных товаров – 51,8% (в 2016 г. – 48,6% и 51,4% соответственно). В 2018 г. в структуре оборота розничной торговли удельный вес пищевых продуктов, включая напитки, и табачных изделий составил 47,6%, непродовольственных товаров – 52,4% (в 2017 г. – 48,4% и 51,6% соответственно).

В 2017 г. оборот розничной торговли на 93,5 % формировался торгующими организациями и индивидуальными предпринимателями, осуществляющими деятельность вне рынка, доля розничных рынков и ярмарок составила 6,5% (в 2016 г. – 92,9% и 7,1% соответственно). В 2018 г. оборот розничной торговли на 94,2% формировался торгующими организациями и

индивидуальными предпринимателями, осуществляющими деятельность вне рынка, доля розничных рынков и ярмарок составила 5,8%.

Российская Федерация возвращается на траекторию экономического роста после кризисного периода 2014–2015 гг. Приведённые цифры внушают осторожный оптимизм, хотя уверенности в том, что позитивные тенденции будут устойчивыми, пока нет.

Остановимся подробнее на продуктовой розничной торговле. В России существуют следующие форматы рынка продуктовой розничной торговли: магазин у дома, гипермаркеты, супермаркеты и дискаунтеры (сетевые продовольственные магазины).

По мнению специалистов РБК дискаунтеры обеспечивают более 70% оборота сетевой розницы в продуктовом сегменте страны.

Отличительные черты «продуктовых дискаунтеров»:

- средняя наценка на товары не более 10–15%;
- 60–80% от ассортимента составляет продукция собственных марок;
- минимальные затраты на оформление торгового зала и персонал;
- узкий ассортимент по сравнению с другими магазинами аналогичной площади;
- минимальные затраты на рекламу;
- аренда максимально дешёвых помещений.

Представим долю дискаунтеров в общем обороте розничной торговли в динамике в России (рисунок 2).

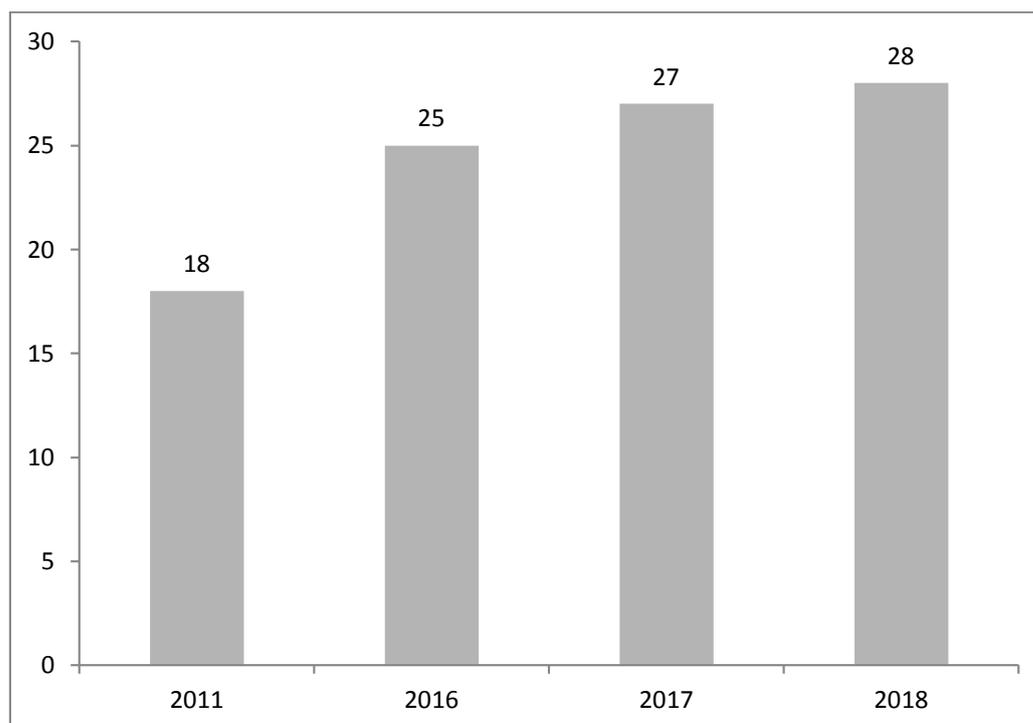


Рис. 2 – Доля дискаунтеров в общем обороте розничной торговли в России в 2011–2018 гг. [2]

Как видно из рисунка 2, доля дискаунтеров в обороте розничной торговли в России в 2018 году продолжила рост и составила 28 %.

К крупнейшим торговым сетям розничной торговли относятся: О Кей, Метро, Дикси, Ашан, Лента, Магнит. Рассмотрим динамику выручки в млрд. руб. в крупнейших торговых сетях России за 2016–2017 гг. (рисунок 3).

Половина оборота топ федеральных продовольственных сетей приходится на двух крупнейших игроков: Магнит и X5 Retail Group (сети Пятерочка, Перекресток и Карусель). Как показывает диаграмма, торговая сеть Магнит получила наибольшую выручку за 2016–2017 гг. В том числе, по итогам 2018 года торговая сеть Магнит оказалась крупнейшей сетью супермаркетов в России по количеству торговых точек. Торговые точки федеральной сети Магнит расположены в 2808 населённых пунктах Российской Федерации.

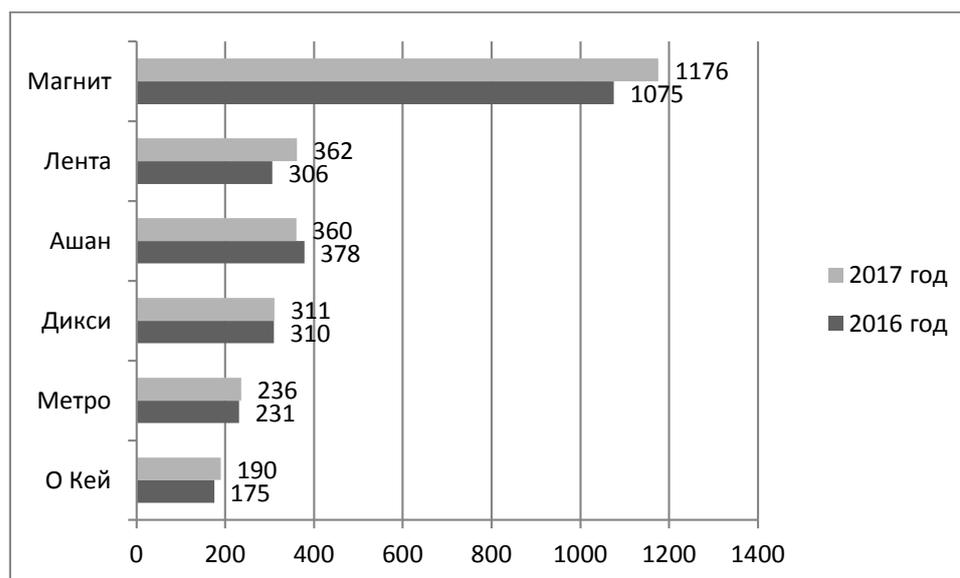


Рис. 3 – Динамика выручки в крупнейших торговых сетях России за 2016–2017 гг., млрд руб. [2]

Федеральные торговые сети теснят региональные сети. Теряет свои позиции традиционная торговля, по-прежнему формирующая, тем не менее, около четверти всего оборота розницы. Существенно сокращается и доля ярмарок и рынков. Главный тренд 2020 года, по мнению аналитиков, будет состоять в дальнейшем росте доли сетей в общем обороте розничной торговли в России.

Анализ рынка розничной торговли 2019 года показал, что наблюдается замедление темпов роста розничного товарооборота в 2019 году, к примеру, темпы годового роста товарооборота опустились в августе до 0,7% против 1,7% в первом полугодии и 2,6% в 2018 г.

По мнению агентства Infoline, дискаунтеры будут оставаться лидерами минимум с 2018 по 2021 год, при этом в 2020 году исследователи прогнозируют общий оборот дискаунтеров около 3,6 трлн руб., а в 2021 году — уже 4,6 трлн руб.

Формат «продуктовый дискаунтер» стал активно развиваться в России с 2015 года, сразу после скачка курса доллара. Тогда дискаунтеры быстрее всех наращивали количество посетителей, пишет РБК, а для посетителей дискаунтеры были способом экономить на продуктах питания во время кризисных явлений. За 2017 год в России прибавилось 2,8 тысяч новых магазинов сети «Пятерочка» и 1,6 тысяч магазинов сети «Магнит». В 2018 году откроются более 100 магазинов «Дикси», а в последующие четыре года сеть планирует открывать до 200 объектов в год. С каждым годом таких магазинов становится все больше.

В 2018 г. емкость российского розничного рынка продемонстрировала рост на 2,6% в сопоставимых ценах (на 5,8% в денежном выражении), до 31,5 трлн руб. (с учетом НДС), в том числе по продовольственным товарам – до 15 трлн руб. (на 4% в денежном выражении). При этом 200 крупнейших торговых сетей FMCG (в том числе торговые объекты АЗС) формируют более 59% оборота розничной торговли продуктами питания в России, а 5 крупнейших сетей FMCG, включая «Магнит», – 29%. По данным Министерства экономического развития РФ рост оборота рынка розничной торговли в 2020-2025 гг., составит в среднем за год 2,3% [2].

Таким образом, можно сделать вывод, что наблюдается замедление темпов роста розничного товарооборота в России, происходит сокращение традиционных форматов, таких как рынки и ярмарки, федеральные торговые сети вытесняют с рынка небольших региональных сетей, либо выкупают их. При этом растет доля форматов «магазин у дома», так как покупателям необходимо за короткое время приобрести необходимый товар не посещая торговые центры или «гипермаркеты».

### **Библиографический список:**

1. Бородавкина Е.Е., Дыльнова З.М. Теоретико-методологические

основы исследования предпринимательства // Известия Саратовского университета. Сер. Социология. Политология. – 2016. – № 2. – Т.12. – С. 20–26.

2. Основные показатели социально-экономического развития Российской Федерации за 2016-2018 гг. – URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 02.11.2019)

3. Петракова Н. И. Характеристика деятельности организаций в сфере торговли // Молодой ученый. — 2018. — №13. — С. 251-257. — URL <https://moluch.ru/archive/199/48984/> (дата обращения: 03.11.2019)

4. Чкалова, О. В. Торговое предприятие: учебное пособие / О. В. Чкалова. – М.: Эксмо, 2010. – 320 с.

5. Чеглов, В. П. Экономика и организация управления розничными торговыми сетями: учебное пособие / В. П. Чеглов. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 288 с.

*Оригинальность 85%*