

УДК 339.37

РАЗВИТИЕ РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ В РОССИИ

Тарабардина М. Ю.

старший преподаватель,

ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»

г. Севастополь, Россия

Лопатина Т.А.

ассистент,

ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»

г. Севастополь, Россия

Чаун В. В.

обучающийся Института финансов, экономики и управления

ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»

г. Севастополь, Россия

Аннотация

В статье рассмотрены ключевые тренды развития розничной торговли в продуктовом и непродуктовом сегменте с учетом актуальных проблем и внешних вызовов. По данным представленным в статье, розничная торговля в настоящее время является одной из самых быстрорастущих сфер экономики. Она обеспечивает значительную долю денежных поступлений в бюджеты различных уровней.

В исследовании проводится анализ показателей, характеризующих развитие розничных торговых сетей в России в 2020-2023 гг.

В статье определены результаты исследования современных тенденций и перспектив развития крупных розничных торговых сетей России. Сделан вывод

о росте роли крупных розничных сетей в розничной торговле в России, хотя не во всех регионах их доля одинакова.

Ключевые слова: розничная торговля, розничные сети, торговые сети, сетевые магазины, розничные торговые сети

DEVELOPMENT OF RETAIL CHAINS IN RUSSIA

Tarabardina M.Y.

Senior lecturer,

Sevastopol State University

Sevastopol, Russia

Lopatina T.A.

Assistant,

Sevastopol State University

Sevastopol, Russia

Chaun V. V.

student of the Institute of Finance, Economics and Management

Sevastopol State University

Sevastopol, Russia

Abstract

The article examines the key trends in the development of retail trade in the grocery and non-grocery segment, taking into account current problems and external challenges. According to the data presented in the article, retail trade is currently one of the fastest growing sectors of the economy. It provides a significant share of cash receipts to budgets of various levels.

The study analyzes the indicators characterizing the development of retail chains in Russia in 2020-2023.

The article identifies the results of a study of current trends and prospects for the development of large retail chains in Russia. It is concluded that the role of large retail chains in retail trade in Russia is growing, although their share is not the same in all regions.

Keywords: retail trade, retail chains, retail chains, chain stores, retail chains

Торговые сети являются важным сегментом розничного сектора – розничной торговли. Розничные торговые сети играют важную экономическую и социальную роль в обществе, так как обеспечивают общество и предприятия необходимыми товарами, предоставляют рабочие места, способствуют развитию инфраструктуры населенных пунктов, внедряют технологические инновации в секторе розничной торговли. В связи с этим необходимо изучать существующие розничные торговые сети в России и направления развития их деятельности.

Сетевые магазины появились в XIX веке, но существенным их количество стало только в XX веке. В России сетевые магазины появились в Петербурге в 90-е годы XX века и были ориентированы на состоятельных покупателей. Первопроходцами стали предприниматели Олег Леонов с сетями "Мегамарт" и "Дикси", Олег Жеребцов с "Лентой" и Андрей Рогачев с "Пятерочкой". Сегодня все эти сети успешно работают на рынке, давно превратившись из локальных игроков в федеральных и входят в первую пятерку российских торговых сетей. В настоящее время в России существует большое количество сетевых магазинов, имеющих общий бренд и централизованное управление и обычно использующих стандартные методы ведения бизнеса.

Целью данного исследования выступает изучение основных тенденций развития розничных торговых сетей в России. Объект исследования – розничная торговля.

В статье проанализированы такие статистические показатели развития розничных торговых сетей в России за 2020-2023 гг., как динамика оборота розничных торговых сетей, доля ключевых торговых сетей на рынке товаров повседневного спроса, структура продуктовых торговых сетей, а также динамика количества магазинов, принадлежащих к крупнейшим торговым сетям, темпы роста общей выручки и т.д.

В соответствии с Федеральным законом от 28 декабря 2009 г. № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»:

– розничная торговля - вид торговой деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров для использования их в личных, семейных, домашних и иных целях, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности;

– торговая сеть - совокупность двух и более торговых объектов, которые принадлежат на законном основании хозяйствующему субъекту или нескольким хозяйствующим субъектам, входящим в одну группу лиц в соответствии с Федеральным законом "О защите конкуренции", или совокупность двух и более торговых объектов, которые используются под единым коммерческим обозначением или иным средством индивидуализации [1].

Торговые сети бывают локальными, региональными, общенациональными или глобальными в зависимости от охвата бренда.

Несмотря на то, что магазины торговой сети размещены на разных территориях, в разных регионах и странах, их названия, типы товаров, способ выкладки, оформление и т. д. одинаковы.

В последние годы торговые сети стали доминировать на рынках розничной торговли во многих частях мира. По мнению П.Л. Алтухова, Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ ЭЛ № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

розничные торговые сети постепенно вытесняют неорганизованные формы торговли, рынки, одиночные магазины [2, с.80].

С. В. Гранкина считает, что причинами развития сетевой торговли является высокая скорость оборота капитала, возможность снижения издержек обращения, заключение выгодных договоров с поставщиками продукции (имея большую клиентскую базу торговая сеть приобретает большие объемы товаров, чем розничные продавцы) [3].

Есть и другие преимущества: экономия на рекламе (возможность размещать одну рекламу сразу для всех торговых точек), карьерный рост и долгосрочная карьера для персонала торговой сети, наличие финансовых ресурсов для проведения исследований и разработок.

Недостатками в работе торговых сетей являются: потребность в больших капиталовложениях, большие потери при изменении спроса, отсутствие гибкости в расчетах (нельзя продавать в кредит), негибкий ассортимент (нет возможности подстраиваться под предпочтения покупателей в разных регионах), сложность в осуществлении надзора, контроля и координации.

Е.К. Решетняк выделяет несколько сегментов, в которых работают розничные торговые сети: товары массового спроса, бытовая и компьютерная техника, электроника; товары для ремонта, сада, огорода; другие специализированные направления [5, с.102].

Рассмотрим динамику развития розничных торговых сетей в России. Доля оборота розничных торговых сетей в общем объеме оборота розничной торговли в России за 2022-2023 гг. выросла на 2,59 п.п. и составила в 2023 г. 40,7%.

Оборот розничной торговли по Российской Федерации в 2020-2023 гг. представлен в таблице 1.

Таблица 1 - Оборот розничной торговли по Российской Федерации, млн. руб.

Год	всего	в том числе		Оборот розничной торговли торгующих организаций	Продажа на розничных рынках и ярмарках	Изменения всего	
		продовольственными товарами	непродовольственными товарами			млн. руб.	%
2020	33873660,2	16587173,1	17286487,1	32286817,9	1586842,3	-	-
2021	39472017,6	18554230,3	20917787,3	37673097,1	1798920,5	5598357,4	16,53
2022	42577015,9	21033792,6	21543223,3	40605884,9	1971131	3104998,3	7,87
2023	47404930,5	22755182,1	24649748,4	45343646,8	2061283,7	4827914,6	11,34

Оборот розничной торговли российских торговых сетей вырос за 2021 г. на 16,53%, в 2022 г. рост этого показателя был незначительным (всего на 7,87%), а за 2023 г. увеличился на 11,34%.

Отдельно рассмотрим данные по обороту розничной торговли Южного федерального округа (таблица 2).

Таблица 2 - Оборот розничной торговли России и Южного федерального округа, млн. руб.

Субъект	Годы				Изменения 2022/2023 гг.	
	2020	2021	2022	2023	млн. руб.	%
Российская Федерация	33873660	39472018	42577016	47404931	4827914,6	11,34
Южный федеральный округ в т.ч.	3534093,3	4336462,1	4804176,7	5363789	559612,2	11,65
Республика Адыгея	107189,8	139651,5	142880,5	167961,3	25080,8	17,55
Республика Калмыкия	23268,6	26232,6	30834,9	32728	1893,1	6,14
Республика Крым	282385,3	334305,8	372360	393969,4	21609,4	5,80
Краснодарский край	1487272,5	1908464,3	2104718	2329024	224306,2	10,66
Астраханская область	174837,4	194841,4	208529,3	217579	9049,7	4,34
Волгоградская область	415734,9	478130,2	538704,9	614460	75755,1	14,06
Ростовская область	975602,4	1157939,3	1308618,1	1506049	197430,4	15,09
г. Севастополь	67802,4	96897	97531,1	102018,5	4487,4	4,60

Оборот розничной торговли за 2023 г. незначительно увеличился в г. Севастополь, Астраханской области, Республике Крым и Калмыкии, но

заметный рост данного показателя наблюдается в Республике Адыгея, Краснодарском крае, Волгоградской и Ростовской областях.

Для наглядности построим диаграмму (рисунок 1), отражающую оборот розничной торговли за 2023 г. по регионам Южного федерального округа.

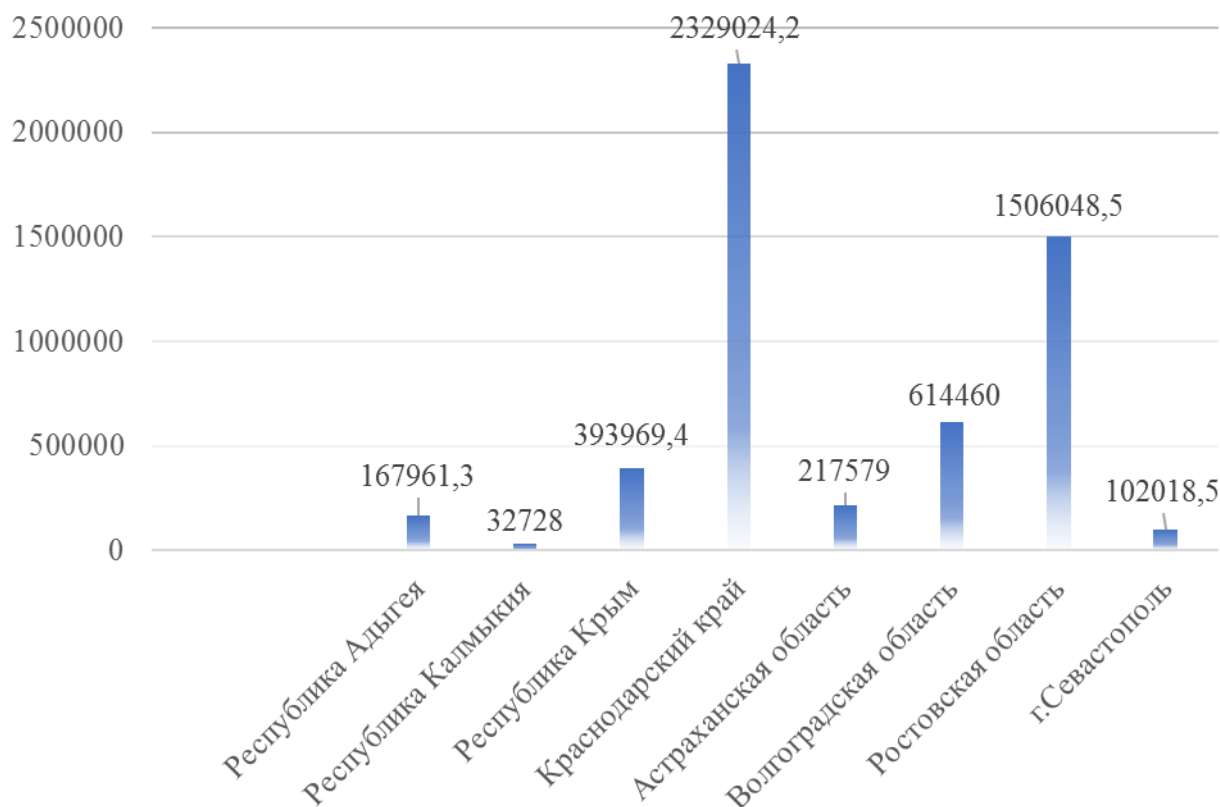


Рис. 1 - Оборот розничной торговли за 2023 г. по регионам Южного федерального округа

На диаграмме видно, что оборот розничной торговли в Краснодарском крае намного выше остальных регионов Южного федерального округа, он составляет 42% от всего оборота розничной в Южном федеральном округе. В 2023 г. в розничном сегменте реализовали в целом по Краснодарскому краю продукции на 2,33 трлн руб., это на 10,66 % больше, чем годом ранее.

Необходимо рассмотреть, как изменялись продажи отдельных категорий продуктов питания в 2023 г., чтобы понять, за счет чего изменялся оборот розничной торговли и какие факторы этому способствовали (таблица 3).

Таблица 3 - Изменение продажи основных продуктов питания в организациях розничной торговли, не относящихся к субъектам малого предпринимательства, в % к предыдущему месяцу

Основные продукты питания	2023											
	январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь
Мясо и мясные продукты	82,6	101,6	110,5	100,1	104,8	99,5	101,2	99,4	98,9	100,4	98,1	119,6
Мясо животных	71	107,7	106,2	102,0	100,9	99,5	99,3	97,3	105,6	99,9	105,5	131,7
Мясо домашней птицы	86,7	103,3	110,5	96,6	101,8	96,0	98,4	97,6	100,1	103,6	99,5	118,5
Продукты из мяса и мяса птицы	83,1	99,6	111,7	101,4	107,3	99,3	102,5	101	97,8	99,5	96,0	118,5
Консервы из мяса и мяса птицы	86,8	101,4	110,1	102,7	111,5	105,1	105,1	97,7	99,0	98,9	93,8	104,0
Рыба, ракообразные и моллюски	56,5	103,8	110,6	92,7	94,5	98,8	102,0	102,5	104,8	109,2	104,6	159,0
Животные масла и жиры	85,1	97,1	101,3	100,0	95,9	95,3	101,7	102,9	106,9	106,5	98,7	120,3
Растительные масла	81	107,0	111,7	93,7	102,1	102,5	104,6	105,7	97,6	100,2	96,5	110,0
Молочные продукты	90,6	100,1	107,7	97,6	102,8	96,7	103,1	101,6	99,5	105,2	98,4	111,0
Яйца	85,6	99,0	105,2	109,6	90,8	94,4	99,8	100,3	98,9	107,7	99,2	116,0
Сахар	85,4	100,3	109,4	94,5	102,9	118,0	127,7	85,1	88,9	91,3	96,7	103,2
Кондитерские изделия	63,1	105,6	120,4	88,6	101,3	96,4	99,4	102,4	107,3	106,2	99,6	135,8
Чай	75,4	99,7	107,0	97,0	99,6	95,0	97,1	100,8	101,1	109,4	101,6	124,9
Соль	88,5	93,7	110,9	97,4	103,3	103,4	111,9	107,9	91,4	94,2	96,6	118,4
Хлеб и хлебобулочные изделия	86	93,9	113,5	106,4	97,1	97,7	101,4	101,9	101,8	102,6	95,7	107,8
Мука	92,4	120,1	83,4	103,4	79,6	105,4	99,6	100,2	109,4	109,8	98,6	112,8
Крупа	102,7	98,8	116,1	89,1	103,0	99,3	99,4	98,3	102,3	107,4	95,3	105,5
Макаронные изделия	115,2	97,4	111,5	94,7	105,5	101,8	99,9	98,5	102,0	103,5	97,1	106,8
Свежие овощи	76,8	106,8	122,1	104,5	105,7	88,9	85,0	82,9	93,6	116,8	107,3	124,8

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ВЕКТОР ЭКОНОМИКИ»

Свежие фрукты	77,9	94,6	107,3	85,9	100,0	104,7	90,4	86,2	86,8	116,3	118,3	143,7
---------------	------	------	-------	------	-------	-------	------	------	------	-------	-------	-------

Увеличение продажи основных продуктов питания в организациях розничной торговли наблюдается в феврале, марте, мае, октябре и декабре, что может быть обусловлено наличием праздничных дней в этих периодах. Продажа некоторых отдельных категорий продуктов объясняется сезонностью их потребления, как, например, свежие фрукты и овощи имеют наибольшие значения с марта по июнь, а также с октября по декабрь.

Проведем анализ макроэкономических показателей России в 2023 г.:

1. ВВП в реальном выражении ускорился год к году во 2 кв. 2023 г. после снижения в 1 квартале 2023 г. (рисунок 2) Это говорит о постепенном восстановлении экономики страны после геополитических событий 2022 г., когда уровень ВВП значительно снизился.

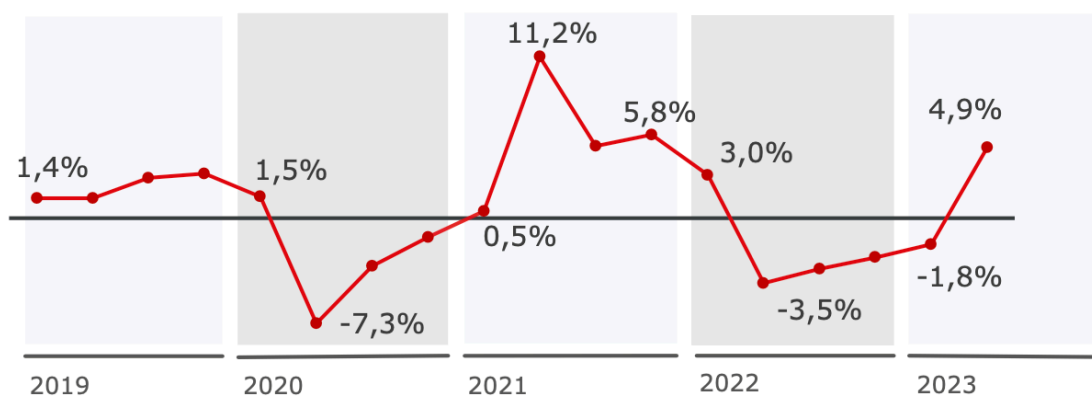


Рис. 2 - Изменение реального ВВП год к году, %

2. Дефляция в России ни разу не наблюдалась по итогам года, впервые была зафиксирована по итогам июня 2023 г. Но уже в 3 квартале продовольственная дефляция сменилась на инфляцию (рисунок 3). Дефляция как следствие кризиса чаще вызывается дисбалансом спроса и предложения. Длительная дефляция (как правило, от года и более) часто сопровождает рецессии и может вызвать множество негативных последствий для экономики.

Поэтому смена её на инфляцию является положительным явлением для экономики, выравнивающим баланс предложения и спроса.



Рис. 3 - Изменение индекса потребительских цен год к году, %

3. Изменение заработной платы начиная со второго квартала 2022 г. имеет положительную динамику. В 3 квартале 2023 г. реальные располагаемые доходы населения остались на уровне 2 квартала и выросли на 5,1% в годовом выражении. Уровень безработицы в 3 квартале 2023 г. снизился до 3,0%, что является самым низким показателем с начала наблюдения (1992 г.) – рисунок 4.



Рис. 4 - Изменение заработной платы, реальных располагаемых доходов и безработицы год к году, %

Стабильный рост экономики, увеличение покупательной способности населения и изменение потребительских предпочтений способствуют развитию сетевой розницы.

Сектор розничных продаж считается защитным в условиях экономического кризиса, характеризующегося среди прочего высокой инфляцией, поскольку продукты питания - товары первой необходимости, которые в кризис продолжают пользоваться спросом. Зависимость компаний продуктовой розничной торговли от импорта также не слишком высока (от 7% до 15%), что снижает негативный эффект разрыва цепочек поставок.

Основные компании сектора продуктовой розничной торговли, являются сетевыми крупными игроками с широко разветвлённой сетью магазинов как по регионам, так и по форматам.

Торговые сети имеют несколько основных форматов в зависимости от параметров торговых точек: размера (площади), широты и глубины ассортимента, ценовой политики.

Супермаркет – это крупный торговый магазин. Торговые площади супермаркетов, как правило, варьируются от 500 до 4 000 квадратных метров. Здесь продаются в основном продовольственные товары, часто расфасованные, а также некоторые непродовольственные товары для бытового использования.

Гипермаркеты по сути являются расширенными супермаркетами. В них гораздо больший ассортимент товаров, а площадь составляет более 2,5 тысяч квадратных метров.

Дискаунтеры – это магазины низких цен с небольшим ассортиментом (до 5-9 тыс. позиций). Их площадь обычно не превышает 900-1000 квадратных метров. Располагаются в жилых районах: их потребительская аудитория – жители близлежащих домов и жилых массивов.

Сведения о наличии объектов розничной торговли в 2020-2023 гг. представлены в таблице 4.

Таблица 4 - Сведения о наличии объектов розничной торговли

Год	Магазины - всего		Гипермаркеты и супермаркеты		Минимаркеты	
	кол-во, ед.	площадь торгового зала, кв.м	кол-во, ед.	площадь торгового зала, кв.м	кол-во, ед.	площадь торгового зала, кв.м
2020	817 509	129 713 364,8	31 768	40 833 220,6	260 864	20 008 029,0
2021	834 552	133 114 884,8	35 765	42 236 438,6	257 099	20 274 582,6
2022	853 033	131 760 742	38 553	40 593 600	248 130	19 949 653
2023	873 897	135 463 097	40 836	41 414 511	247 664	20 082 698

Ежегодно увеличивается количество магазинов и гипермаркетов, но при этом закрываются несетевые минимаркеты. Одной из причин стала конкуренция сетевых гипермаркетов. Если недалеко от небольшого магазина открывается гипермаркет с огромным ассортиментом, первому приходится очень нелегко. Кроме того, сетевые магазины вместе с поставщиками проводят акции, предлагают бонусы, скидки и так далее, у минимаркета такой возможности нет. На сокращение числа минимаркетов так же оказало влияние изменение менталитета покупателей, которые предпочитают один раз съездить в гипермаркет, купить продуктов на неделю, чтобы не посещать магазин ежедневно. Растет и количество тех, кто предпочитает заказывать продукты на дом через мобильные приложения.

Рассмотрим развитие 7 компаний, лидирующих по продажам в 2023 г. в секторе продуктовой розничной торговли:

1. X5 Group развивает торговые сети "Пятерочка", "Перекресток" и "Чижик". Последний в 2023 г. увеличил выручку втрое и становится все более заметным игроком на рынке продуктового ритейла. Вместе с тем, в прошлом году X5 закрыла последние гипермаркеты "Карусель" и полностью свернула этот проект. По темпам роста выручки (в том числе сопоставимых магазинов, без учета новых открытий) X5 в последние годы опережает своих основных конкурентов. Ритейлер активно развивается в новых для себя регионах на

Дальнем Востоке. За прошлый год розничная сеть под управлением лидера рынка выросла на 3150 магазинов.

В 2023 году компания увеличила выручку на 20,6%, до 3,14 трлн руб., по сравнению с предыдущим годом.

Основные форматы: магазин "у дома", супермаркет, жесткий дискаунтер.

Торговые сети: "Пятерочка", "Перекресток", "Чижик".

2. «Магнит» - продолжает работать над развитием собственной розницы, одновременно тестируя сразу несколько новых форматов. "Магнит" открывает жесткие дискаунтеры под брендом В1 с фокусом на товары собственных торговых марок, а также запускает новую сеть "Магнит рядом" и тестирует совершенно новый формат основной сети магазинов "у дома". Кроме того, в прошлом году был запущен новый розничный концепт сети аптек. "Магнит" также остается одним из самых активных игроков по сделкам M&A. Так, в частности, за последнее время были приобретены дальневосточная сеть "Самбери" и маркетплейс KazanExpress.

Выручка в 2023 г. - 2,5 трлн руб.

Основные форматы: магазин "у дома", гипермаркет, магазины косметики, аптеки.

Торговые сети: "Магнит", "Магнит Аптека", "Магнит Косметик", "Дикси".

3. Mercury Retail Group – один из ведущих российских ритейлеров с крупнейшей продуктовой розничной сетью из 15 000 компактных магазинов «у дома» с ассортиментом, ориентированным на повседневные покупки. Компания управляет магазинами специализирующихся на алкогольной продукции торговых сетей «Красное & Белое» и «Бристоль» в 68 регионах России общей торговой площадью более 1 млн кв.м. Чистая прибыль холдинга в 2023 г. составила 48 млрд руб., что позволило ритейлеру опередить по этому показателю X5 Group и "Магнит".

Выручка в 2023 г. - 1,1 трлн руб.

Основные форматы: алкомаркет.

Торговые сети: "Красное & Белое", "Бристоль".

4. «Лента», базирующаяся в Санкт-Петербурге, в последние годы переживает не лучшие времена. Компания является крупнейшим на российском рынке оператором в сегменте классических и компактных гипермаркетов. Популярность формата снижается на протяжении нескольких лет. В 2023 г. выручка "Ленты" практически не росла. В третьем квартале компания закрыла более 100 магазинов малого формата. Осенью была закрыта сделка по приобретению более 200 магазинов торговой сети "Монетка".

Выручка в 2023 г. - 615 млрд руб.

Основные форматы: гипермаркет, супермаркет, магазин "у дома".

Торговые сети: "Лента", "Монетка".

5. «Светофор» - красноярский ритейлер, изначально сделавший ставку на развитие формата жестких дискаунтеров, растет рекордными темпами на фоне стремления потребителей к экономии. Сегодня компания оперирует сетью из более чем 2200 магазинов в 8 федеральных округах России, а также работает на международных рынках.

Выручка в 2023 г. - 399 млрд руб.

Основной формат: жесткий дискаунтер.

Торговые сети: "Светофор", "Маяк".

6. Компания «Ашан» официально не объявляла о сокращении работы на российском рынке, но ее доля на рынке продолжает снижаться. По данным на четвертый квартал 2023 г. под управлением группы находилось 230 магазинов под брендами "Ашан" и "Атак".

Выручка в 2023 г. - 276 млрд руб.

Основные форматы: гипермаркет, дискаунтер.

Торговые сети: "Ашан", "Атак".

7. Компания "Вкусвилл", крупнейший на российском рынке ритейлер продуктов для здорового питания, остается самым быстрорастущим игроком на Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ ЭЛ № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

рынке. "Вкусвилл" продолжает развивать классическую розницу и делает ставку на открытие складов для собственного сервиса доставки. В первом полугодии 2023 г. компании удалось увеличить розничную выручку более чем на 20% и открыть более 170 магазинов. Сеть под управлением ритейлера выросла до более чем 1500 точек.

Выручка в 2023 г. - 259 млрд руб.

Основные форматы: супермаркет, даркстор.

Торговые сети: "Вкусвилл".

Построим общий график с объемами выручки упомянутых ранее компаний (рисунок 6).

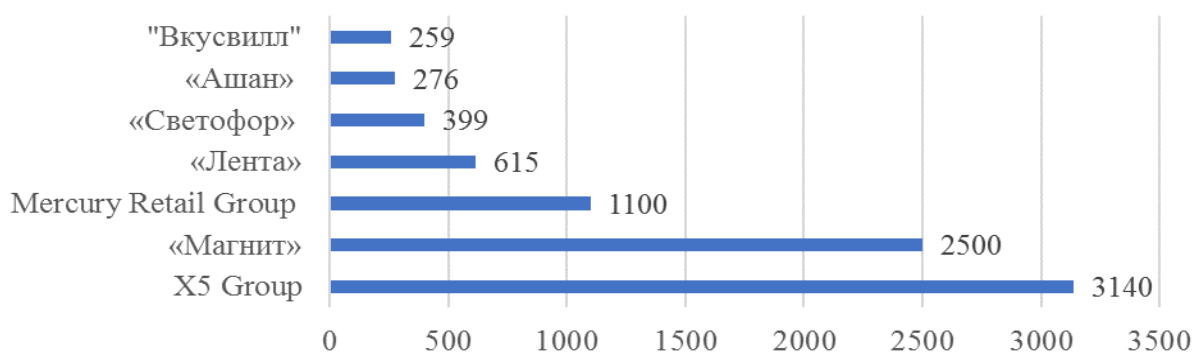


Рис. 6 – Выручка 7 компаний в 2023 г., лидирующих по продажам в секторе продуктовой розничной торговли

Практически все крупнейшие продуктовые сети страны показывают рост выручки по итогам 2023 г., хотя и неравномерный. Выручка десяти крупнейших сетей продуктов питания и товаров повседневного спроса (FMCG) в 2023 г. выросла на 14,1%, до 9,1 трлн руб. без НДС.

На рынке товаров повседневного спроса в 2023 г. доля десяти крупнейших сетей составляет 40,9% (рисунок 7).

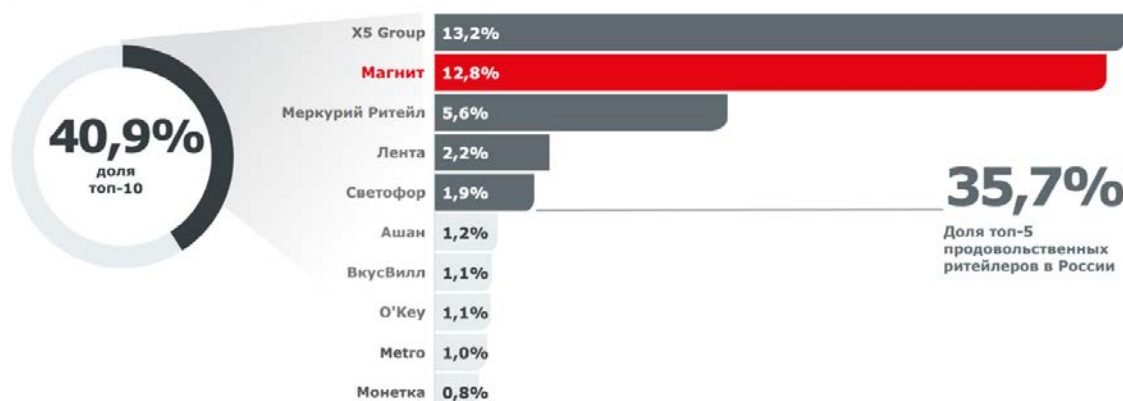


Рис. 7 – Топ-10 продуктовых ритейлов в России в 2023 г.

Два главных игрока розничного рынка России — X5 Group и «Магнит» имеют значительную долю относительно остальных. Компании соперничают уже много лет, и пальма первенства в разные годы принадлежала то одной, то другой. Так, в 2013 году «Магнит» впервые обогнал X5 Group по объему выручки и удерживал лидерство до 2016 года. Затем снова наступило время X5 Group, которое продолжается до сих пор. По итогам 2023 года лидер еще больше укрепил свои позиции.

В России по сравнению с западными странами рынок товаров повседневного спроса более фрагментирован. Доля пяти ключевых торговых сетей в РФ составляет 36% рынка, тогда как в США этот показатель составляет 41%, в Германии – 75%, а в Австралии 80% (рисунок 8).

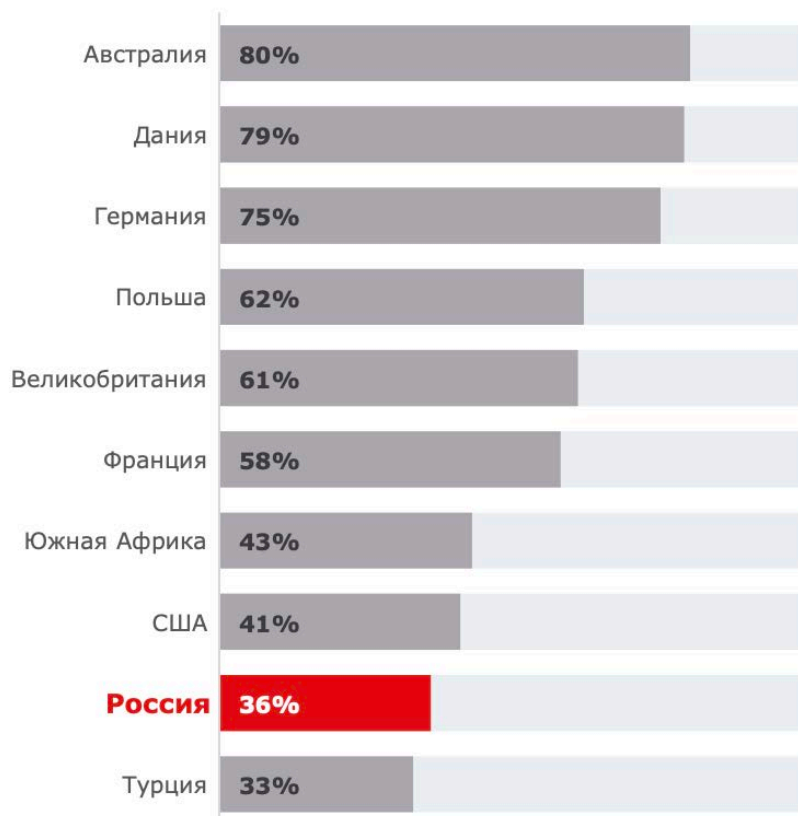


Рис. 8 - Доля топ-5 розничных сетей, %

Данный показатель говорит о том, что чем выше доля пяти ключевых торговых сетей, тем меньше небольших «игроков» и тем менее фрагментирован рынок современной торговли.

Проанализировав статистические данные, рассмотрим основные направления развития розничных торговых сетей в России (в качестве примера рассмотрим деятельность ПАО «МАГНИТ»):

1. Увеличение числа магазинов и супермаркетов: крупные розничные сети активно расширяют свою сеть магазинов, открывая новые точки продаж и проникая на региональные и малые рынки, увеличивают торговые площади помещений. Например, по данным отчетности ПАО «МАГНИТ» в 2018 г. торговая сеть насчитывала 18 348 магазинов, а к концу 2023 г. – 28 707 (рост на 56,46 %). За 2023 г. компания открыла 440 магазинов (326 магазинов у дома «Магнит» и 15 магазинов у дома «Дикси», 98 магазинов дрогери и один

супермаркет). Торговая площадь увеличилась за тот же период с 6425 до 9894 тыс. кв. м., то есть в 1,5 раза.

2. Внедрение новых технологий: современные розничные сети активно внедряют цифровые технологии, такие как онлайн-продажи, системы управления запасами, программы лояльности и др., чтобы улучшить качество обслуживания и повысить эффективность работы.

«Магнит» реализует проекты в области онлайн-торговли со второй половины 2020 г. Пилотные проекты работают в трех направлениях:

– собственная доставка широкого ассортимента и крупных покупок на базе суперсторов;

– собственная экспресс-доставка из магазинов у дома, «Магнит Косметик» и компактных дарксторов. Также экспресс-доставку осуществляют партнеры компании – сервисы Delivery Club и «Яндекс.Еда»;

– онлайн-заказ лекарств, работающий на базе торговых точек «Магнит Аптека», а в будущем – из специализированных дарксторов.

3. Развитие собственных брендов: многие розничные сети создают собственные бренды товаров и услуг, что позволяет им управлять качеством продукции, контролировать цены и увеличивать прибыль.

«Магнит» — единственная компания в России, которая уже более 20 лет производит продукцию на собственных заводах и поставляет ее в свою розничную сеть, таким образом контролируя поставки продуктов питания от поля до полки.

Собственные производства АО «Тандер» - это 5 компаний: «Зеленая линия», «ТД-холдинг», «Москва-на-Дону», «Кубанский комбинат хлебопродуктов» и «Кондитер Кубани», в состав которых входит 11 пищевых и 4 агропромышленных производства, расположенных в Краснодарском крае, Московской, Саратовской, Тверской, Самарской, Липецкой областях, Республике Башкортостан и ведущих свою деятельность с 1999 года.

4. Фокус на удовлетворение потребностей потребителей: успешные розничные сети активно изучают предпочтения и потребности своих клиентов, чтобы предлагать товары и услуги, соответствующие их ожиданиям.

Одним из направлений общей стратегии развития ПАО «МАГНИТ» является фокус на покупателе:

- ориентированный на покупателя процесс принятия решений, позволяющий повысить лояльность и улучшить персонализацию за счет использования технологий на основе искусственного интеллекта и больших данных;
- совершенствование СVP и кластеризация для удовлетворения потребностей клиентов;
- улучшенное позиционирование бренда (забота, безопасность, устойчивое развитие и выгодное ценностное предложение);
- предложение покупателям за рамками офлайн (e2e);
- цифровые технологии и цифровая экосистема.

5. Развитие мультиформатов: розничные сети стремятся диверсифицировать свою деятельность, открывая магазины различных форматов (гипермаркеты, супермаркеты, дискаунтеры, онлайн-магазины и т.д.), чтобы привлечь различные категории потребителей.

К основным действующим форматам «Магнита» относятся следующие форматы: у дома, супермаркеты «Магнит Семейный», гипермаркеты «Магнит Экстра», аптеки «Магнит Аптека», дрогери «Магнит Косметик», дискаунтеры «Моя цены» и «Первый выбор», а также «Магнит Сити» и киоски «Магнит Go», электронная коммерция.

«Магнит Сити» - небольшой магазин с уютным интерьером и зоной кафе, где можно зарядить телефон, подключиться к wi-fi, перекусить, взять готовую еду с собой, совершить небольшие покупки. В ассортименте — выпечка, которую готовят прямо в магазине, кофе и чай с собой, снеки, фрукты,

молочные продукты, мороженое, напитки. Размещается в локациях с высоким трафиком.

Киоск «МагнитGO», ориентированный на импульсный спрос и расположенный в местах с высоким трафиком: офисы, транспортные узлы, пешеходные улицы, парки, спортивные объекты, учебные заведения и пр. Акцент сделан на готовую еду и продукты для быстрого перекуса, напитки, снеки, мороженое, кондитерские изделия.

Российский рынок розничной торговли продовольственными товарами остается одним из самых динамичных и конкурентных сегментов экономики.

В последние годы торговые сети успешно развиваются, так как имеют перед несетевыми магазинами много преимуществ: заключение выгодные договоров с поставщиками продукции, экономия на рекламе, наличие финансовых ресурсов для проведения исследований и разработок и т.д. Доля оборота розничных торговых сетей в общем объеме оборота розничной торговли в РФ за 2022-2023 гг. выросла на 1 п.п. и составила в 2023 г. 40,7%. Ежегодно увеличивается количество магазинов, принадлежащих крупнейшим торговым сетям, растет их выручка. Крупнейшими торговыми сетями в РФ по числу магазинов являются Пятерочка, Магнит, Красное&Белое и Бристоль.

Для того, чтобы не только выжить на рынке, но и увеличивать прибыль, сетевые компании расширяются, оптимизируют цепочки поставок, применяют скидки, расширяют ассортимент товаров и услуг, внедряют цифровые технологии, повышают уровень квалификации персонала.

В настоящее время в условиях новых геополитических и экономических вызовов (санкции, инфляция), усиления конкуренция со стороны новых сервисов и маркетплейсов необходимо, чтобы розничные торговые сети эффективно функционировали и выполняли свои социальные и экономические функции.

Таким образом, развитие розничных торговых сетей в России направлено на улучшение качества обслуживания, расширение ассортимента товаров и
Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

услуг, повышение конкурентоспособности и удовлетворение потребностей современного потребителя.

Библиографический список:

1. Федеральный закон от 28.12.2009 N 381-ФЗ (ред. от 25.12.2023) "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации" [Электронный ресурс] // Консультант Плюс. - Режим доступа - URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_95629/ (Дата обращения 12.03.2024)

2. Алтухов П. Л. Теоретические аспекты развития розничных торговых сетей на продовольственном рынке / П.Л. Алтухов // Вестник Прикамского социального института. - 2020. - № 3. - С. 80-83.

3. Галактионов И. Ритейл в IV квартале 2021. Кто растет быстрее всех // BCS Express. - 2022. - Режим доступа - URL: <https://bcs-express.ru/novosti-i-analitika/retail-v-iv-kvartale-2021-kto-rastet-bystrye-vsekh> (Дата обращения 27.02.2024)

4. Гранкина С. В. Современные аспекты стратегий развития розничных торговых сетей / С.В. Гранкина // Современные вопросы экономики и управления: сборник научных трудов. - Кинель: РИО СГСХА: 2018. - С. 59.

5. 10 крупнейших продуктовых сетей в России в 2023 году [Электронный ресурс] // Моллы. - Режим доступа - URL: <https://www.malls.ru/rus/news/10-krupneyshikh-produktovykh-setey-v-rossii-v-2024-godu.shtml> (Дата обращения 03.03.2024)

6. Майорова Е.А. Анализ развития сетевой торговли в регионах России/ Е.А. Майорова // Азимут научных исследований: экономика и управление. - 2019. - № 8. - С. 216-218.

7. Минаков А.В. Проблемы и перспективы развития розничных торговых сетей в России / А.В. Минаков // Вестник Алтайской академии экономики и права. - 2022. - № 5. - С. С. 218-225.

8. Официальный сайт ПАО «МАГНИТ» [Электронный ресурс]. - Режим доступа - URL: <https://www.magnit.com/ru/> (Дата обращения 15.03.2024)

9. Продуктовый ритейл в России [Электронный ресурс] // Геоматрикс-Ритейл. - 2021. - Режим доступа - URL: https://geomatrix-retail.com/expansion_food_retail_russia_2010_2021/?lang=ru (Дата обращения 11.03.2024)

10. Решетняк Е.К. Крупнейшие сетевые ритейлеры: вчера, сегодня, завтра / Е.К. Решетняк // Экономика и бизнес: теория и практика. - 2018. - № 3. - С. 102-104.

11. Розничная торговля [Электронный ресурс] // ЕМИСС. - 2021. - Режим доступа - URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/40536> (Дата обращения 04.03.2024)

12. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. - Режим доступа - URL: <https://rosstat.gov.ru/> (Дата обращения 27.02.2024)

13. Черноволов М. П., Панфилов В. С., Развитие розничных торговых сетей в России / М.П. Черноволов // Научные труды: Институт народнохозяйственного прогнозирования РАН. - 2011. - № 3. - С. 354-378.

Оригинальность 87%