

ПОЗИЦИИ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ В ЭКОНОМИКЕ РОССИИ И ТЕНДЕНЦИИ ИХ РАЗВИТИЯ

Ануфриева Я.Д. Email: @scientifictext.ru

*Ануфриева Яна Дмитриевна – магистрант,
кафедра политической экономики и международных экономических отношений, экономический факультет,
Российский государственный социальный университет, г. Москва*

Аннотация: в статье анализируются основные тенденции развития розничных торговых сетей в Российской Федерации; рассматривается текущее положение розничных торговых сетей, выявляются причины возникновения неблагоприятных факторов и возможные способы их устранения. Анализируется положение о том, что розничная торговля является одной из крупнейших и капиталоемких отраслей народного хозяйства, а розничная торговая сеть в настоящее время является наиболее распространенной формой организации торговли в Российской Федерации. Выявлено, что розничные торговые сети, несмотря на ряд неблагоприятных обстоятельств, показывают тенденцию к дальнейшему расширению.

Ключевые слова: ритейл, розничная торговля, тенденция, торговая сеть, федеральная сеть.

THE POSITION OF RETAILERS IN THE ECONOMY OF RUSSIA AND TRENDS OF THEIR DEVELOPMENT

Anufrieva Ya.D.

*Anufrieva Yana Dmitrievna - undergraduate,
DEPARTMENT OF POLITICAL ECONOMY AND INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS, FACULTY OF
ECONOMICS,
RUSSIAN STATE SOCIAL UNIVERSITY, MOSCOW*

Abstract: the article analyzes the basic tendencies of development of retail trade networks in the Russian Federation; discusses the current situation of retail chains, identifies causes of hazards and possible ways to address them. Examines the position that the retail trade is one of the largest and most capital-intensive sectors of the economy, and the retail network is currently the most common form of organizing trade in the Russian Federation. It is revealed that the retail network, despite a number of adverse circumstances, show a tendency to expand further.

Keywords: federal chain, retail, retail trade, store chain, trend.

УДК 339.17

Розничная торговля – одна из крупных отраслей России. В современных условиях она играет особую роль, занимая промежуточное положение между производственной и социальной сферами, обеспечивая доведение товаров до конечного потребителя. Розничная торговля участвует в улучшении условий жизни населения и способствует пополнению доходной части бюджета РФ. Сектор розничной торговли оказывает существенный вклад в экономику России, ее конкурентоспособность и инновационное развитие, играет значительную роль в развитии малого и среднего бизнеса, повышении эффективности и производительности экономики, стимулирует приток иностранных инвестиций, имеет важное значение в обеспечении высокого уровня жизни населения, его занятости.

Создание торговых сетей – один из методов управления торговым капиталом, позволяющий получать экономию от масштаба деятельности в розничной торговле. Несмотря на то, что розничная торговля как отрасль традиционно относится к «раздробленной» и остается таковой, по мере накопления капитала для получения экономии от масштаба начинают применяться сетевые технологии, позволяющие получать конкурентные преимущества за счет максимизации выручки, получения ценовых скидок на оптовые закупки продукции у производителей и предложения собственных торговых марок.

В настоящее время торговые сети являются ключевыми участниками рынка торговли товарами в Российской Федерации. На долю торговых сетей приходится значительная часть оборота розничной торговли, причем не только в сегменте продовольственных товаров, – и бытовую технику, и товары для ремонта, и одежду, и обувь, и мебель, и товары для дома россияне приобретают в магазинах крупных федеральных сетей. Небольшой «несетевой» магазин товаров для дома является в настоящее время крайне редким явлением, а с принятием ряда ограничений в части оборота алкогольных напитков (и в связи с грядущими изменениями законодательства в части оборота табачных изделий) отживают и продуктовые магазины, не относящиеся к федеральным сетям. Небольшие магазины характерны в настоящее время, в основном, для сельской местности; любой относительно крупный поселок, не говоря о поселках городского типа, уже может похвастаться местной «Пятерочкой» или «Бристоном».

С одной стороны, такое положение вещей во многом оптимально для покупателя: единый бренд торговой сети способствует тому, что покупатель, находясь в другом городе, имеет представление о том, где он может приобрести необходимые ему товары. С другой стороны, сложившаяся ситуация способствует тому, что вход на рынок для новых игроков становится практически невозможным [1].

Рост рыночной доли торговых сетей сопровождается в настоящее время усилением конкуренции между ними. Ввиду этого, розничные торговые сети вынуждены бороться за каждого покупателя, применяя различные маркетинговые инструменты [2]. В качестве привлекательных для потенциального потребителя факторов могут выступать низкие цены, приемлемые условия оплаты и обслуживания, широта и постоянство ассортимента.

Основные сложности функционирования розничной торговой сети в настоящее время обусловлены не столько несовершенством законодательства или сложившейся рыночной конъюнктурой, сколько сложностями ведения бизнеса такого рода ввиду значительной масштабности, необходимости обеспечения обширных логистических потоков и территориальной распределенности.

К числу постоянных проблем, присущих функционированию розничной торговой сети, следует отнести высокую степень текучести кадров, наличие потребности в значительных торговых и складских площадях, необходимость постоянного наличия значительных оборотных средств.

Приход на российский рынок крупных международных торговых компаний научил отечественные торговые компании новым формам организации торговли в современных условиях. Как показывает практика, объединение магазинов в торговую сеть – самый эффективный путь развития розничной торговли. Это подтверждено мировым и накопленным российским опытом. Инфраструктура розничной торговли с характерным соотношением мелких, средних и крупных предприятий складывалась по мере развития конкуренции и научно-технического прогресса. И если на ранних стадиях развития товарного обращения преобладала тенденция специализации и обособления отдельных видов деятельности, то на более зрелых стадиях задачи максимизации прибыли обуславливают тенденции, связанные с концентрацией капитала и, соответственно, укрупнением предприятий.

Говоря о тенденциях развития розничных торговых сетей, необходимо отметить, что их позиции в настоящее время не столь непоколебимы. В 2016 году ряд известных торговых сетей оказались замешаны в скандалах с невыплаченными кредитными средствами и признаны банкротами. Так, в 2015 году известный обувной ритейлер «ЦентрОбувь» получил от арендодателей и банков-кредиторов почти 500 исков на общую сумму 5,9 млрд рублей, а в 2016 году – еще 135 исков на сумму 438,3 млн рублей [3]. Совокупный долг известной розничной сети обуви и аксессуаров приближается к цифре в 40 млрд рублей. Подобная ситуация наблюдается и у конкурента «ЦентрОбуви» – бренда «Carlo Pazolini», долг которого только одному «Альфа-Банку» составляет 11 млн долл. и 8,4 млн евро. Также среди громких фигурантов дел о банкротстве необходимо отметить ювелирный дом «Яшма» и сеть магазинов товаров для дома «Уютерра» [3].

Лидерство указанных компаний в своих сегментах позволяет сделать вывод о том, что к причинам сложившейся ситуации следует отнести, скорее всего, отсутствие на предприятиях системы долгосрочного финансового планирования и неэффективное управление заемными средствами, приведшее к росту их доли. В свою очередь, нарушение баланса кредиторской задолженности повлекло за собой невозможность своевременного погашения взятых обязательств, что и привело к росту задолженности по принципу «снежного кома»; такая ситуация может возникнуть в любой компании, но, ввиду значительного объема оборота торговых сетей, итоговая величина совокупного долга здесь также значительна.

Также среди причин неблагоприятного положения розничных торговых сетей следует назвать удорожание кредитов, повышение стоимости импорта и санкционную политику. Однако, в текущих неблагоприятных условиях многие участники рынка изыскивают новые возможности для развития: ищут новых поставщиков, обновляют ассортимент, предоставляют более выгодные условия покупателям и, тем самым, борются за долю рынка. В целом, можно сделать вывод, что неблагоприятное положение отдельных представителей торговых сетей связано не с конъюнктурой рынка, а, скорее, с их собственными ошибками при планировании и ведении коммерческой деятельности.

Таким образом, несмотря на некоторые негативные факторы, розничные торговые сети продолжают активно развиваться. Прогнозируется дальнейшее увеличение доли розничных торговых сетей на рынке, но, скорее, не за счет появления новых игроков, а за счет увеличения регионов и городов присутствия существующими.

Список литературы / References

1. *Елфимов В.В.* Проблемы развития современных торговых сетей в РФ // Актуальные вопросы экономических наук? 2016. № 52/ С. 113 - 119.

2. Рыжова О.А., Кочерягина Н.В. Основные стратегии функционирования розничных торговых сетей на современном этапе // Изв. Саратов. ун-та Нов. сер. Сер. Экономика. Управление. Право. 2015. №2 С.183-190.

3. На краю долговой ямы. Торговые сети начали разоряться [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://lenta.ru/articles/2016/09/23/dolgi/> (дата обращения: 11.03.2017).

4. Ануфриева Я.Д. Теоретические аспекты формирования и развития торговых сетей // Наука, техника и образование 2016. № 5 (23) С. 89-92. Изд «Проблемы науки».