

Дидаев Шамиль Лечаевич

студент

Гаянова Венера Медетовна

канд. экон. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Уральский государственный

экономический университет»

г. Екатеринбург, Свердловская область

РАЗВИТИЕ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Аннотация: в статье рассматривается эффективность торговых сетей в России и Екатеринбурге, проблемы развития ретейла и способы для их решения. В процессе исследования проанализирована структура распределения торговых сетей сетевого рынка Екатеринбурга по форматам торговли.

Ключевые слова: ретейл, торговая сеть, «Магнит», торговые сети, розничные сети.

Введение

Несмотря на активное развитие современных форматов розничной торговли, производительность труда [1] в российском ретейле продолжает оставаться существенно более низкой, чем в развитых странах. В то же время в течение последних десяти лет производительность труда в российской рознице выросла более чем в два раза и составила около 41% от уровня США.

Современные форматы розничной торговли, по оценкам, в среднем примерно в три раза производительнее традиционных, и, соответственно, именно их развитие является ключевым фактором повышения эффективности сектора в целом в области повышения производительности труда.

Одним из ключевых факторов, обусловивших рост сетевой торговли стал высокий уровень конкуренции при захвате объектов торговой недвижимости (приобретение и аренда) и покупателей (цены, ассортимент, удобство), а также невысокие по сравнению с другими отраслями административные барьеры.

Цель исследования – процессы развития торговых сетей в Екатеринбурге.

Методы исследования – статистические, методы сравнения.

Развитие продуктового ретейла в Екатеринбурге

В России на долю современных форматов магазинов приходится более 36% оборота розничной торговли продовольственными товарами и 15% занятых. Более высокая производительность труда в современных форматах обусловлена эффективными закупками, низкими розничными ценами, меньшим количеством персонала на единицу площади, зачастую более привлекательным дизайном.

При этом ключевыми факторами, препятствующими увеличению доли сетевого ретейла, в настоящее время являются [3]:

– недостаток качественных торговых площадей (особенно до 1 500 кв. м). В условиях кризиса данная проблема несколько снизила остроту в связи с высвобождением площадей ретейлерами, находящимися в сложном финансовом положении (в 2015 г. было закрыто или сменило арендатора не более 3% действующих магазинов). В то же время замораживание реализации большинства девелоперских проектов в сфере торговой недвижимости позволяет прогнозировать формирование в среднесрочной перспективе (к 2015–2016 гг.) дефицита площадей для размещения крупноформатных объектов;

– высокий уровень долговой нагрузки и сокращение инвестиционных бюджетов большинства российских ретейлеров;

– низкое качество дорожной и логистической инфраструктуры, отсутствие достаточного количества квалифицированных логистических операторов, обуславливающие высокие транспортные издержки, длительные сроки доставки и, соответственно, дополнительные затраты, связанные с необходимостью поддержания избыточных товарных запасов.

Низкая производительность труда в магазинах современных форматов обусловлена большим количеством персонала, приходящегося на 1 кв. м торговой площади, причем наиболее существенная разница характерна для объектов с торговой площадью до 1,5 тыс. кв. м и т. д., у которых численность персонала составляет 10–15 человек на 1 тыс. кв. м торговой площади при ассортименте 800–1500 ед. и практически полной взаимозаменяемости сотрудников).

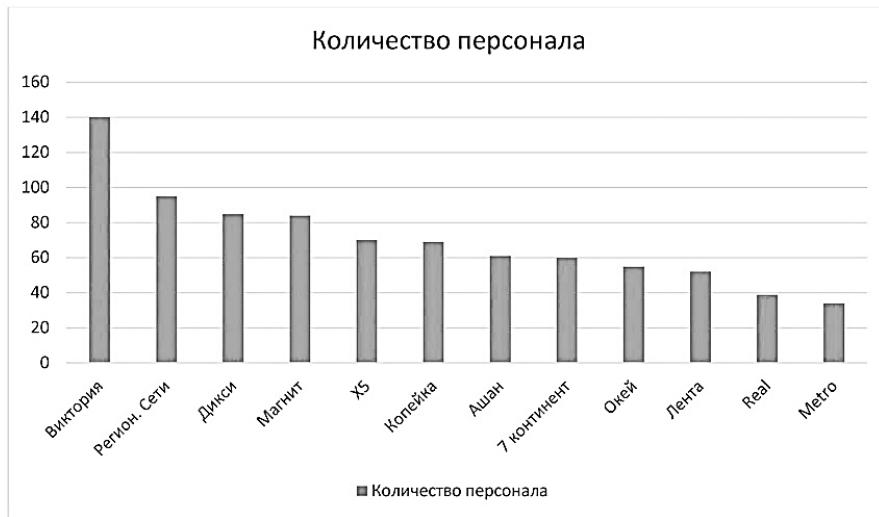


Рис. 1. Количество персонала на тыс. кв. м. площади у ретейлеров в России в 2015 году [1]

Различия в численности персонала между российскими и зарубежными ретейлерами объясняются следующими факторами [1]:

- более широкие временные рамки работы магазинов в России (так, целый ряд супермаркетов, гипермаркетов, дискаунтеров и магазинов у дома в крупных городах работают круглосуточно или до 23–24 часов; магазины в России работают чаще всего 7 дней и более 100 часов в неделю, в Европе – не более 6 дней и 70–80 часов в неделю);
- существенно более широкий ассортимент российских магазинов;
- технологическое отставание ретейлеров;
- неумение поставщиков организовать работу с розничными сетями (значительный объем недопоставок и ошибки в комплектации заказов, низкое и нестабильное качество продуктов, обусловливающее возвраты);
- использование аутсорсинга отдельных служб или схем лизинга персонала.

В то же время большее количество персонала в российских торговых сетях, магазины которых расположены в крупных городах (особенно в Москве), компенсируется более высоким показателем выручки с кв. м торговой площади, чем в крупных городах Европы и США, где насыщенность объектами сетевой розничной торговли существенно выше.

Для российских региональных сетей магазинов у дома (в супермаркетах численность персонала больше) после реализации программы оптимизации ассортимента, оборудования и торговых площадей (сдача в субаренду) принципиально достижимым представляется показатель 66–70 человек на 1000 кв. м (три магазина торговой площадью по 300–350 кв. м с тремя кассовыми терминалами и 11–12 сотрудниками в смену).

В среднесрочной перспективе (в 2017–2018 гг.) показатель выручки с квадратного метра в торговых сетях России будет иметь тенденцию к снижению (имеется в виду показатель в рублевом выражении) ввиду следующих факторов [3]:

- усиление конкуренции между магазинами современных форматов в регионах и перераспределение потребительских потоков среди большего количества объектов;
- рационализация потребительского поведения.

Таким образом, российскому ретейлу в течение ближайших двух-трех лет необходимо продолжить работу по оптимизации расходов.

Ключевыми направлениями повышения эффективности операционной деятельности российских ретейлеров в 2017 г. должны являться:

- повышение эффективности категорийного менеджмента (оптимизация ассортимента, сокращение количества ассортиментных позиций);
- оптимизация логистических издержек, повышение уровня централизации поставок и переход на прямые контракты с производителями;
- увеличение ассортимента и доли собственных торговых марок (СТМ), которое позволяет улучшить коммерческие условия взаимодействия с поставщиками в категориях, где запущены СТМ, обеспечить эффективное закрытие незаполненных ценовых ниш в ассортименте, реализовать стратегию дифференциации и обеспечить повышение лояльности покупателей;
- формирование стратегического партнерства с поставщиками, обеспечивающего снижение издержек всей цепочки поставок с распределением сэкономленных средств между участниками договорных отношений и повышение эффективности реализации маркетинговых акций.

В таблице 1 проанализирована структура распределения торговых сетей сегментового рынка Екатеринбурга по форматам торговли.

Таблица 1

Удельный вес форматов торговых сетей рынка* по районам города, %**

Районы	Гипермаркет	Универмаг	Специализированный и узкоспециализированный магазин	Фирменный магазин	Дискаунтер (драгери)	Cash&carry	Магазин-салон	Всего
Верх-Исетский	18	15	20	11	11	16	9	100
Железнодорожный	19	11	12	24	8	11	15	100
Кировский	11	13	14	16	18	11	17	100
Ленинский	10	15	13	13	12	10	27	100
Октябрьский	16	13	15	16	14	16	10	100
Орджоникидзевский	14	15	8	13	20	20	10	100
Чкаловский	12	18	18	7	17	16	12	100
Екатеринбург	100	100	100	100	100	100	100	—

Примечание: * Для непродовольственного рынка.

** Составлено автором по Ekb.dk/ru/ Новости Екатеринбурга.

По данной таблице можно сделать вывод, что маленьких магазинов- салонов больше всего в центре города, а большие гипермаркеты расположены по всему городу. Специализированных и узкоспециализированных магазинов меньше всего в Орджоникидзевском районе, фирменных в Чкаловском, магазинов со скидками в Железнодорожном.

Таблица 2

Рейтинг самых быстрорастущих торговых сетей рынка Екатеринбурга
по количеству магазинов *

Занимаемое место в рейтинге	Название сети	Количество магазинов на конец 2015 г.	Количество магазинов на конец 2016 г.	Темп роста по количеству магазинов, %
2	«Пятерочка», Ваганов Алексей Викторович	170	186	109,41
3	«Магнит», Галицкий Сергей Николаевич	60	65	108,33
4	ТС «Кировский» (ООО «Лев»), Иванова Наталья Валентиновна	165	170	103,03
5	ТС «Пикник», Кравцова Евгения Владимировна	30	30	100,00
6	ТС «Елисей», Оглоблин Александр Александрович	28	28	100,00
7	ТС «Монетка» («Монетка-Супер», «Райт»), Шуров Юрий Николаевич	70	73	104,29
8	«Верный», Фомин Вадим Анатольевич	65	69	106,15
9	Звездный	19	19	100,00
10	Мегамарт	17	17	100,00

Примечание: * Составлено автором по Ekb.dk/ru/ Новости Екатеринбурга.

На выбранном рынке наибольший рост по количеству магазинов показывает торговая сеть «Пятерочка».

Таблица 3

Рейтинг самых быстрорастущих торговых сетей рынка Екатеринбурга
по объему товарооборота *

Занимаемое место в рейтинге	Название сети	Объем оборота в 2015 г., млн руб.	Объем оборота в 2016 г.	Темп роста оборота магазинов сети, %
1	«Мегамарт»	нет данных		
2	ТС «Монетка»	25493	28963	113,61
3	ТС «Кировский»	22900	25639	111,96
4	«Магнит»	21665	22698	104,77

5	«Пятерочка»	6496	7065	108,76
6	ТС «Елисей»	3350	4623	138,00
7	«Верный»	3115	4120	132,26
8	ТС «Пикник	1732	2136	123,33

Примечание: * Составлено автором по Ekb.dk/ru/ Новости Екатеринбурга.

Максимальный рост оборота показывает торговая сеть «Елисей». Минимальный – торговая сеть магазинов «Кировский».

Таблица 4

Структура розничных торговых сетей рынка Екатеринбурга
по месту дислокации в Свердловской области

Дислокация	Арендатор в ТЦ, ТК, ТРЦ, ТРК, ТГ	Отдельно стоящее здание	Встроенно-пристроенный магазин	Всего
Количество объектов, ед.	53	32	15	100
Удельный вес, %				100

Примечание: * Составлено автором по Ekb.dk/ru/ Новости Екатеринбурга.

** Торговый центр, торговый комплекс, торгово-развлекательный центр, торгово-развлекательный комплекс, торговый город.

В основном торговые сети арендуют площади для организации торговли.

Выводы

В процессе исследования проанализирована структура распределения торговых сетей сетевого рынка Екатеринбурга по форматам торговли.

Маленьких магазинов- салонов больше всего в центре города, а большие гипермаркеты расположены по всему городу. Специализированных и узкоспециализированных магазинов меньше всего в Орджоникидзевском районе, фирменных в Чкаловском, магазинов со скидками в Железнодорожном.

На выбранном рынке наибольший рост по количеству магазинов показывает торговая сеть «Пятерочка».

Максимальный рост оборота показывает торговая сеть «Елисей». Минимальный – торговая сеть магазинов «Кировский».

В основном торговые сети арендуют площади для организации торговли.

Российские ретейлеры в настоящее время характеризуются слабым менеджментом, имеют резервы повышения продаж в размере от 10 до 20% и более (это обусловлено недостатком внимания менеджмента к вопросам управления ассортиментом, в результате чего в большинстве сетей до 2015 г. отсутствовали или выполняли только ограниченный объем работ по анализу продаж) [1].

В результате особую актуальность в 2015–2017 гг. приобретают проекты по привлечению поставщиков [1].

Кроме того, большинство российских ретейлеров продолжают характеризоваться сравнительно невысоким уровнем эффективности (особую актуальность данная проблема приобрела для региональных ретейлеров, которые сталкиваются с существенными сложностями в связи с усилением конкуренции со стороны федеральных и международных компаний).

При этом рентабельная деятельность ряда региональных ретейлеров продолжает обеспечиваться преимущественно находящимися в их собственности объектами недвижимости, в то время как торговый бизнес при рыночных ставках аренды был убыточным или очень низкоприбыльным.

Ключевыми векторами развития розничного сектора сетевой торговли в России в 2017–2018 гг. станут:

- усиление борьбы за потребителя, что неизбежно потребует от ретейлеров фокусировки стратегий для наиболее эффективного удовлетворения потребностей целевой группы покупателей;
- повышение потребности ретейлеров в формировании долгосрочных партнерских отношений с поставщиками;
- значительное увеличение доли СТМ в ассортиментной матрице и выручке сетей (реализация ретейлерами стратегии «меньше брендов – больше выбор»);
- ориентация федеральных сетей на развитие в регионах присутствия (где уже сформирована логистика) и выход в соседние регионы Центрального, Приволжского, Южного и Северо-Западного ФО, в то время как экспансия на Урал, в Сибирь и на Дальний Восток будет ограниченной;
- усложнение входа в сети для поставщиков;

-
- усиление позиций закупочных союзов, которые могут позволить региональным сетям реализовывать программы развития собственных торговых марок и получить более привлекательные закупочные условия (особенно по биржевым товарам, фруктам и овощам);
 - усиление ценового давления на поставщиков в связи с распространения системы электронных торгов.

С учетом перечисленных выше векторов развития розничного сектора должно происходить формирование стратегий развития торговых сетей и осуществляться работа по повышению операционной и финансовой эффективности.

Список литературы

1. Новости Екатеринбурга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [Ekb.dk/ru/](http://Ekb.dk.ru/)
2. Википедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/>
3. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>
4. Газета «Из рук в руки».
5. Агентство недвижимости «Ярмарка» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kb-yarmarka.ru/>
6. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://interexpertiza.ru/service/valuation/real_estate/building/
7. Леонов Д. Состояние и перспективы. Развитие розничных торговых сетей в России / Д. Леонов, М. Бурмистров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.leonov.consulting/publication/sostoyanie_i_perspektivy_razvitiye_roznichnyh_torgovyh_setej_v_rossii/ (дата обращения: 03.04.2017).