

ЭКОНОМИКА, МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

Битюцких Александра Николаевна

студент

Попова Ирина Николаевна

канд. социол. наук, доцент

ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет»

г. Екатеринбург, Свердловская область

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Аннотация: в статье рассматриваются современные тенденции развития розничной торговли, выделяются приоритетные направления развития розничной торговли РФ.

Розничная торговля – это продажа товаров конечному потребителю. При этом совершенно не важно, каким образом продаются товары или услуги (методом личной продажи, по почте, по телефону или через Интернет), а также – где именно они продаются (в магазине, на улице или на дому у потребителя).

В отличие от оптовой торговли, товар, купленный в системе розничной торговли, не рассчитан на дальнейшую перепродажу, а предназначен для непосредственного использования конечным потребителем.

Розничная торговля является важнейшей отраслью экономики страны, состояние и эффективность функционирования которой непосредственно влияют как на уровень жизни населения, так и на развитие производства потребительских товаров. Она составляет около 27% внутреннего валового продукта РФ по данным Росстата; по размеру налоговых поступлений в федеральный бюджет торговля занимает второе место среди основных отраслей экономики. Сегодня розничные предприятия диктуют свою политику не только отдельным производителям и сегментам рынка, но и целым отраслям промышленности, регионам.

Объем розничной торговли за последние три года растет быстрыми темпами. В 2013г. по сравнению с 2012г. оборот розничной торговли увеличился на

10,7% и составил 23686 млрд. руб. Торговые предприятия занимают наибольший удельный вес (38,3%) от общего числа предприятий РФ. Количество организаций розничной торговли за последние несколько лет неуклонно растет, и к концу 2012г. достигло 257,3 тыс. Число индивидуальных предпринимателей в 2012 г. составило 1,6 млн. Наиболее динамично развивались малые предприятия розничной торговли, их количество увеличилось на 23% к 2012 году, число крупных и средних организаций – только на 7,6% [1].

Численность занятых в оптовой, розничной торговле и общественном питании постепенно увеличивается в течение последних лет и составляет более 10 млн. человек. Больше, чем в торговле (17,2%) работают только в промышленности – 21,5% от всего числа занятых в экономике. Для сравнения, в сельском хозяйстве – 10,4%, на транспорте – 7,9% [2].

Рост покупательной способности населения (реальные доходы населения за последние 2 года выросли более чем на 13%) положительно сказывается на структуре оборота розничной торговли. Доля непродовольственных товаров в обороте розничной торговли, являющаяся одним из показателей качества жизни населения, начиная с 2000г. и по 2013г. сохраняется примерно на уровне 54%. В 2013г. по сравнению с 2012г. она возросла с 52,8% до 53,6%. Самые высокие доходы характерны для жителей Москвы и Санкт-Петербурга. Это и обуславливает бурный рост торговых предприятий различных форматов именно там.

В структуре оборота розничной торговли сохраняется наметившаяся в 2000 году тенденция снижения удельного веса продажи товаров на вещевых, смешанных и продовольственных рынках. По данным органов Государственной статистики доля рынков в обороте розничной торговли сократилась с 23,7% в 2012г. до 22,1% в 2013г.

Возрастающее влияние результатов торговли на динамику социально-экономического развития страны требует глубокого теоретического и методологического исследования тенденций развития розничной торговли и аспектов построения эффективной системы ее координации.

Значительные перемены в экономической и политической жизни страны, произошедшие в течение последних лет, повлекли за собой существенные изменения в характере и условиях функционирования всех отраслей народного хозяйства, в том числе и в розничной торговле. В настоящее время розничная торговля РФ претерпевает кардинальные изменения. Эти изменения связаны, прежде всего, с резким сокращением неорганизованной торговли, стремительным и масштабным развитием российских розничных сетей, возникновением острой конкуренции между крупными отечественными и глобальными международными розничными сетями.

На современном этапе на потребительском рынке России происходит интеграция крупных торговых сетей – отечественных торговых предприятий, что приводит к усилению конкуренции с иностранными сетями. Доля сетевых магазинов особо велика среди специализированных магазинов, а особенно среди промтоварных магазинов.

Однако следует отметить, что, несмотря на стремительное развитие отечественных розничных сетей, они пока еще не способны противостоять крупным иностранным конкурентам. И по количеству, и по качеству, торговая сеть РФ еще не достигла уровня развитых стран мира.

Работа международных розничных сетей на региональных рынках России носит неоднозначный характер. С одной стороны, формирование отечественных и приход международных сетей с мощными финансовыми, материально-техническими ресурсами позволяет внедрить современные системы работы с поставщиками и покупателями, повысить степень централизации функций логистики и дистрибуции, сократить число и ужесточить работу с поставщиками, существенно повысить качество обслуживания, расширить ассортимент продаваемых товаров. С другой стороны, их появление приводит к монополизации потребительского рынка, к диктату условий, как производителям, так и потребителям, к одновременному закрытию или банкротству большого количества самостоятельных магазинов, небольших местных розничных сетей и зачастую предприятий

местной промышленности, которое сопровождается массовым увольнением торговых работников, дополнительной социальной напряженностью, нарушением хозяйственных связей, ухудшением финансового положения, нередко снижением отчислений в местные бюджеты и на социальные программы.

Вследствие этого приоритетными направлениями развития розничной торговли РФ становятся следующие:

- совершенствование нормативно-правовой базы, разработка и введение новых нормативов и стандартов, регламентирующих деятельность на потребительском рынке;
- создание эффективной системы управления (координации) потребительским рынком для более полного удовлетворения спроса на товары и услуги;
- реконструкция и модернизация объектов в соответствии с градостроительными требованиями и новейшими научно-техническими достижениями;
- приоритетное развитие социально ориентированной сети торгового обслуживания для малообеспеченных категорий граждан, в том числе и магазинов-дискаунтеров;
- обеспечение территориальной доступности товаров для всех социальных групп населения; формирование адресных программ развития торговой сети; размещение новых предприятий там, где ощущается дефицит торговой сети;
- упорядочение и качественные улучшения объектов мелкорозничной торговой сети, быстрее решение вопросов по ликвидации торговли в неустановленных местах; перевод мелкорозничной сети в современные торговые комплексы;
- учет приоритетов потребителей: экономия времени и денег; наличие в торговых центрах культурно-развлекательных мероприятий;
- повышение качества товаров и культуры обслуживания; забота о здоровье потребителей.

Таким образом, в ближайшем будущем сохранится тренд на вытеснение неэффективных розничных форматов сетевой торговли более современными. Пока

еще не исчерпан потенциал экстенсивного развития отрасли. Торговые предприятия распределены географически неравномерно, в некоторых многомиллионных городах объемы торговых площадей в расчете на душу населения не достигают соответствующих показателей стран с развитой экономикой. К примеру, по сравнению с рынками Европы и США, в России остается низкая доля качественных торговых площадей в общем объеме рынка, несмотря на стремительное развитие. Это создает предпосылки для дальнейшего развития в этом направлении.

Рост благосостояния населения в регионах, а также усиление конкуренции в крупных городах, особенно в Москве и Санкт-Петербурге, активизирует экспансию девелоперов в регионы, где недостаточно качественных торговых площадей. Иллюстрацией активного развития в регионах может служить ситуация в Воронеже, где количество торговых площадей с 2010 года увеличилось с 25 до 327 кв.м. на 1000 человек [4].

Однако всё возрастающую роль, особенно в наиболее насыщенных нишах рынка – продовольственных дискаунтеров, торговле бытовой техникой и электроникой – будут играть интенсивные факторы роста и конкуренции.

Список литературы

1. Росстат, – [Электронный ресурс]: <http://www.gks.ru>.
2. Национальное рейтинговое агентство, – [Электронный ресурс]: <http://www.ra-national.ru>.
3. Торговля. Состояние и перспективы развития. Л.А. Брагин, 2011.
4. Электронный ресурс: ShopAndMall.ru.
5. Крамарев А.Н. Современные тенденции развития розничной торговли Российской Федерации. Режим доступа: http://science-bsea.narod.ru/2006/ekonom_2006_2/kramarev_sovrem.htm.