УДК 4339.166.82:339.371(47+57)

Л. Т. Смоленцева, О. С. Веремеенко

ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет», Красноярск, e-mail: vtpcd@mail.ru

ЭВОЛЮЦИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫМИ ТОВАРАМИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Ключевые слова: розничная торговля, розничная торговля продуктами питания, торговая сеть, розничная торговая сеть, продуктовый ритейл, форматы торговли.

Сфера торговли занимает значительное место в мировой экономике и экономики Российской Федерации. В статье рассмотрена эволюция развития продовольственного ритейла, его закономерности и тенденции развития на российском рынке. Определены ключевые периоды развития розничной торговли с конкретизацией условий и факторов в разрезе структурных элементов. На основании проведенного исследования сделан вывод о значимости розничной торговли продуктами питания в экономике России.

L. T. Smolentseva, O. S. Veremeenko

Federal state autonomous educational institution Siberian Federal University Krasnoyarsk, e-mail: vtpcd@mail.ru

THE EVOLUTION OF RETAIL TRADE IN FOOD PRODUCTS IN THE RUSSIAN FEDERATION

Keywords: retail, food retail, retail network, retail trade network, food retail, trade formats.

The trade sector occupies a significant place in the global economy and the economy of the Russian Federation. The article considers the evolution of the development of food retail, its laws and development trends in the Russian market. The key periods of retail development with the specification of conditions and factors in the context of structural elements are determined. On the basis of the conducted research the conclusion about the importance of retail trade in food products in the Russian economy was made.

Введение

Мировая практика свидетельствует о том, что торговля является одним из самых динамично развивающихся секторов экономики. Российская торговля не является исключением из данного тренда. Торговля выступает одним из активных участников развития рыночных отношений, являясь связующим звеном между производителем и потребителем, обеспечивая население товарами и услугами. Торговля один из источников пополнения федерального и регионального бюджетов страны.

Цель исследования

Актуальность изучения опыта развития продовольственной торговли в России направлена на формирование цивилизованных форм организации торговли для повышения качества жизни населения России.

Материал и методы исследования

В основе теоретической и методологической базы исследования лежат

труды отечественных и зарубежных авторов. Информационной базой исследования являются данные Федеральной службы государственной статистики РФ, Министерства экономического развития Российской Федерации, данные торговых предприятий, собственные исследования авторов. В процессе написания работы использованы методы эмпирического и теоретического исследования: системный, сравнительный, метод обобщения, группировки, сопоставления и других методов.

Результаты исследования и их обсуждение

Вклад торговли в формирование ВВП страны, представленный на рис. 1 свидетельствует о значительной ее роли. За период с 2005–2018 гг. наблюдается незначительное снижение доли торговли в ВВП, при этом с 2005–2014 гг. четко прослеживается стабильный рост. Снижение анализируемого показателя было обусловлено введением санкций в отношении РФ.

Рис. 1. Динамика вклада сектора торговли в валовую добавленную стоимость ВВП России в период 2005–2018 гг., прогноз до 2020 г., %. Составлено по данным [1, 2]

В настоящее время торговля характеризуется многообразием ее видов и форм как сетевых, так и независимых торговых объектов. Одной из наиболее совершенных форм современного периода являются торговые сети (сетевая торговля). Под сетевой торговлей понимается совокупность двух и более торговых объектов, которые находятся под общим управлением, или совокупность двух и более торговых объектов, которые используются под единым коммерческим обозначением или иным средством индивидуализации [3]. Согласно Федеральному закону №381 [4], в торговую сеть могут входить торговые объекты, принадлежащие одному или нескольким юридическим лицам или индивидуальным предпринимателям. Таким образом, розничную торговую сеть можно понимать как форму розничной торговли, в которой основной отличительной чертой является наличие у торговой организации нескольких торговых объектов, характеризующихся единой системой управления, финансирования и принятия инвестиционных решений.

Современное состояние розничной торговли в России характеризуется активным развитием торговых сетей (рис. 2), и свидетельствует об укреплении данной формы организации бизнеса в экономике. В целом период развития торговли с 2011 по 2018 годы характеризуется процессами консолидации.

Направления деятельности розничных сетей разнообразны, но самыми успешными и крупными в России являются продуктовые ритейлеры, демонстрирующие динамичный рост.

Отличительной особенностью развития торговых сетей в Сибирском федеральном округе является более высокие темпы развития. Наблюдается увеличение доли оборота сетевой торговли более чем в 2 раза, при этом в регионах доля сетевой торговли растет более опережающими темпами, чем в целом по стране. В Сибирском федеральном округе, начиная с 2012 года по 2018 год, наблюдается устойчивый рост сетевой торговли. Прирост данного показателя составил 12,4%.

Представленные данные на графике не дают полного представления о развитии сетевой торговли в России, так как становление сетевой торговли имеет более длительный период.

В советский период розничная торговля была представлена локальными торговыми сетями (объединение «Промтовары», «Детский Мир», райпищеторги, ОРСы, УРСы, система потребкооперации и т. д.), которые по аналогии с современными торговыми сетями имели собственный автопарк, склады, торговые объекты. Данный подход к развитию торговли позволял эффективно управлять ресурсным потенциалом централизованно. Сдерживающим фактором данного периода развития торговых сетей

Рис. 2. Динамика доли оборота розничных торговых сетей в общем объеме оборота розничной торговли 2011–2018 год. Составлено по [1, 5, 6]

являлся плановый характер экономики, сопровождаемый постоянным дефицитом товарных запасов, не позволяющим в полной мере удовлетворять растущий спрос населения. Планирование потребительского сектора сферы товарного обращения основывалось на возможностях производства, а не на потребностях населения. Переход страны к рыночной экономике сопровождался сменой форм собственности и реорганизацией торговли в мелкие независимые торговые предприятия, что отрицательно сказалось на существующих торговых сетях.

Новый этап становления торговых сетей относится к периоду 1994–1998 годов. Общий спад промышленного производства и снижение покупательской способности населения стали движущей силой диверсификации оптового бизнеса в розничный, т. е. становлению торговых сетей, таких как «Седьмой Континент», «Лента», «Патерсон» и др. Первые торговые сети в формате «дорогой супермаркет», развивались преимущественно в городах Москва, Санкт-Петербург. Ценовая политика формата обусловлена высоким сегментом представителей среднего класса и выше и высокой долей в товарообороте импортных товаров. В 1996 г., на российском рынке появились зарубежные розничные торговые сети («Стокманн», «Рамстор»). Отличительной особенностью данного этапа можно отметить развития торговых предприятий как за счет собственного, так и привлечения иностранного капитала. В условиях ненасыщенного рынка и высокой платежеспособности населения супермаркеты работали со сверхприбылью

и развивались во всех регионах страны. Однако доля сетевых предприятий розничной торговли не превышала 1% в общем товарообороте страны.

Финансовый кризис 1998 года кардинально изменил экономическую ситуацию в стране, что отразилось и на развитии сферы торговли.

Период с 1998 по 2000 годы отдельный этап в развитии сетевой торговли. Сокращение доли товаров импортного производства создало условия для роста российского производства. Снижение покупательной способности населения привело к изменению модели покупательского поведения и трансформации торговых объектов. Так, супермаркеты вынуждены были перейти на упрощенный вариант обслуживания покупателей, изменить ценовую и товарно-ассортиментную политику. Снижение торговой наценки, расширение ассортимента товаров отечественного производства зародили новый формат. На рынке появились дискаунтеры и дискаунтерные сети (1998 г. – «Дикси», «Магнит», «Копейка», «Монетка»; 1999 г. – «Пятерочка», «Продмаг» и др.). В этот период появляются и первые региональные торговые сети.

Новый этап развития торговли в стране можно ограничить периодом с 2000 по 2005 годы. Отличительной особенностью данного периода является массовый приход иностранных торговых сетей и усиление конкуренции. Темпы развития сетевой торговли носят не эволюционный, а революционный характер. Так, за 5 лет удельный вес доли продовольственных торговых сетей в стране составил 15,6% (рис. 3).

Рис. 3. Рост доли продовольственных торговых сетей в 2000–2004 годах, %. Составлено по [7]

Приход иностранных торговых сетей активизировал региональное развитие, как за счет местных торговых сетей, так и движения в них федеральных ритейлеров. Однако, темпы развития сетевой продовольственной торговли в целом по стране намного ниже, чем в Москве.

Не смотря на столь высокие темпы развития сетевого ритейла в Москве, нельзя говорить о насыщении рынка. Так, по оценкам экспертов насыщенным можно считать рынок, когда доля сетевого бизнеса будет составлять 80,0 % и более. Данный тезис подтверждается практикой развития сетевой торговли в Европе.

Высокие темпы роста сетевой торговли в Москве обусловлены приходом на рынок международных торговых сетей: Metro cash&carry (2000 г.), Auchan (2002 г.), Spar (2001 г.), Marktkauf (2003 г.), Rewe (2004 г.), Real (2005 г.). Международные торговые сети предложили рынку новые форматы торговли (cash&carry, гипермаркет), предлагающие иные стандарты обслуживания покупателей.

Традиционная система обслуживания покупателей предполагала, что размещение торговых предприятий в центральных районах поселения является наиболее выгодным для продавца, так как формирует максимальный покупательский поток. Однако, организация торговли в формате cash&carry, гипермаркет, торговый центр и размещение их на окраине, на значительном удалении их как от центра города, так и от места проживания покупателей показала преимущества иного подхода, концептуаль-

но поменяв принципы локации торговых предприятий. Такой подход получил название торговли типа «трафик», обязательными условиями которого являются:

- транспортная развязка и хорошо организованная парковка;
- широкий ассортимент товаров, когда в одном месте можно совершить комплексную покупку;
- низкие цены, которые достигаются за счет реализации эффекта масштаба торговли. Более полно эти аспекты рассмотрены в статье [8, 9].

Иностранные торговые сети, освоив торговое пространство Москвы и Санкт-Петербурга, с 2003 года стали активно развиваться в регионах. В этот период увеличивается количество сделок по слияниям и поглощениям в регионах. К 2005 году сетевая торговля выросла до 25 %, и стала развитой отраслью. С этого момента сетевые торговые предприятия перешли на новые принципы работы с поставщиками и производителями, играя доминирующую роль на рынке товаров и услуг. Изменилась система взаимоотношений покупатель – продавец. Торговые сети при формировании ассортимента товаров стали ориентироваться на предпочтения потребителей, а не на ресурсные возможности производителя. Во главу системы товародвижения на рынке поставлены потребности покупателя.

Данный период характеризуется медленными темпами развития сетевой торговли в регионах по сравнению с темпами развития торговых сетей г. Москвы, что объясняется низкой

степенью развитости инфраструктуры в регионах, ограниченной доступностью к финансовым ресурсам, проблемой с набором трудовых ресурсов и др.

Форма сетевого бизнеса, один из механизмов управления капиталом. Одним из вариантов эффективного развития торговых сетей и управления капиталом в исследуемый период явилась стратегия расширения рынка сбыта по товарам первой необходимости. Это проявилось в одновременном продвижении компаниями разных форматов и зарождении мультиформатных торговых сетей. Так компания X5 Retail Group одновременно стала развивать форматы: дискаунтер, супермаркет, гипермаркет; компания «Магнит» – дискаунтер, гипермаркет; компания «О'Кей» – супермаркет, гипермаркет; компания «Седьмой Континент» – магазин у дома, супермаркет, гипермаркет [10, 11, 12].

Формирование мультиформатных сетей происходило за счет слияния и поглощения (компания X5 Retail Group), за счет органического развития («О'Кей», «Седьмой Континент», «Магнит» и др.).

Одновременно с развитием рынка центральной России идет активный рост региональных торговых сетей. На данном этапе региональные торговые сети развиваются более высокими темпами, чем федеральные и иностранные.

При этом привлекательность российской торговли в целом и перспективность сетевой торговли в регионах позволила привлечь 38,2% общего объема иностранных инвестиций [13].

К 2005 году завершился процесс формирования основных форматов торговых предприятий, используемых в мировой практике. Российский продуктовый ритейл представлен региональными, федеральными и иностранными торговыми сетями. При этом увеличилась доля федеральных и региональных сетей в обороте продовольственной торговли, при значительном снижении в 2 раза доли иностранных сетей.

В данный период сетевая розничная торговля характеризовалась высокими темпами роста, оставаясь одной из быстрорастущих отраслей российской экономики, но динамика темпов прироста продуктового ритейла наме-

тила тенденцию к снижению, что сопровождалось усилением конкуренции и укрупнением игроков рынка при поглощении мелких и средних компаний. Активное развитие больших и средних региональных сетей, объединение в группы компаний федеральных торговых сетей стало возможным за счет роста количества торговых площадок при строительстве торгово-развлекательных центров. Одним из механизмов активного развития сетевой торговли стало появление сетей, продающих товары под собственной торговой маркой. Так, доля сетей, продающих товары под собственной торговой маркой, в 2004 году была 24,0%, а в 2011 году составила 73,0%.

Кризисная ситуация в экономике РФ в 2008 году позволила усилить позиции российских торговых сетей, вследствие ухода с рынка иностранных компаний. Однако к 2011 году выявились другие негативные факторы, такие как снижение производительности труда в отрасли. Показатели производительности труда в торговле зафиксированы ниже показателей экономики в целом.

Данные негативные тенденции усилились в 2014 году, который поставил работу торговых организаций в новые условия, обусловленные санкционной политикой к стране. Для торговли это проявилось в сокращении широты и полноты ассортимента, за счет запрета на ввоз ряда групп товаров иностранного производства. Причинно-следственными связями явилось усиление влияния государства на деятельность торговых объектов. Данная тенденция четко обозначилась в 2015 году:

- сужение ассортимента товаров в торговых предприятиях;
- изменение ценовой политики в сторону увеличения уровня цен;
- развитие товаров собственного производства;
- отток покупателей из магазинов средних и высоких цен в магазины дискаунтеры;
- продолжилось снижение деловой активности в сфере торговли, что отразилось и на деятельности сетевых торговых объектов (рис. 4).

Рис. 4. Темпы прироста выручки (руб.) ритейлеров – распределение по типу сетей, % 2015–2018 гг. Составлено по [7]

Снижение доли выручки сетевых продовольственных предприятий составило 7%, при снижении доли выручки региональных торговых сетей на 28%, федеральных – 25%, международных – 20%.

Однако, анализ товарооборота в целом выявил, что рынок продо-

вольственных товаров более устойчив (рис. 5).

Продовольственные товары относятся к ежедневной физиологической потребности человека, их сокращение потребления или отказ от ряда товаров происходит в последнюю очередь, что подтверждается статистическими данными.

Рис. 5. Удельный вес оборота розничной торговли продуктами питания в общем объеме оборота розничной торговли, %. Составлено по [1, 5, 6]

Выводы или заключение

Таким образом, тенденции развитие рынка розничной торговли продовольственными товарами в Российской Федерации соответствуют мировой практике. Рынок форматов розничной торговли сформировался к 2005 году, обеспечивая население товарами и услугами. Отличительной особенностью торговли в РФ является ее «революционный путь» раз-

вития. Розничный продовольственный рынок характеризуется устойчивостью и неравномерностью развития в масштабах всей страны, что делает его перспективным для организации торгового бизнеса. Рынок продовольственной торговли будет и далее эволюционировать в условиях усиления конкуренции и изменения потребностей покупателей, формируя новые бизнес-модели торгового предприятия.

Библиографический список

1. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat/ru/> (дата обращения: 02. 09.2019).
2. Министерство экономического развития Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: <http://economy.gov.ru/minrec/main> (дата обращения: 09. 07.2019).
3. ГОСТ Р 51303-2013. Торговля. Термины и определения. Введ. 28.08.2013. М.: Изд-во стандартов, 2014. 24 с.
4. Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации: федер. закон от 28.12.2009 № 381-ФЗ ред. от 25.12.2018 // Справочная правовая система «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 09. 07.2019).
5. ЕМИСС: государственная статистика [Электронный ресурс]. URL: <https://www.fedstat.ru> (дата обращения: 09. 07.2019).
6. Смоленцева Л.Т., Веремеенко О.С. Тенденции и особенности развития розничной торговли в России // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности. 2018. № 7. С. 317–320.
7. Розничные торговые сети по продаже продуктов питания и сопутствующих товаров России. М.: РосБизнесКонсалтинг [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru> (дата обращения 02. 09.2019).
8. Нечушкина Е.А., Смоленцева Л.Т. Логистика в торговом деле: принципы размещения сетевого продовольственного ритейла в г. Красноярске // В мире научных открытий / Научно-инновационный центр (Экономика и инновационное образование). Красноярск, 2013. № 8.2 (44). С. 51–69.
9. Ivanova L.V., Smolentseva L.T., Ananeva N.V. Comparative institutional studies into the sphere of trade. Life Science Journal. 2014. Т. 11. № 10s. P. 215–218 [Электронный ресурс] URL: <http://www.lifesciencesite.com>. 37.
10. Розничная торговая сеть «X5 Retail Group»: Официальный сайт [Электронный ресурс]. URL: <https://www.x5.ru/ru> (дата обращения: 02.09.2019).
11. Розничная торговая сеть «Магнит»: Официальный сайт [Электронный ресурс]. URL: <https://magnit-info.ru> (дата обращения: 02. 09.2019).
12. Розничная торговая сеть «О`Кей»: Официальный сайт [Электронный ресурс]. URL: <https://okmarket.ru> (дата обращения: 02. 09.2019).
13. INFO Line Исследование: Обзор рынка розничной торговли России в 2006 году. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.retail.ru/articles/obzor-rynka-roznichnoy-torgovli-rossii-v-2006-godu/2019-07-282019-07-27><https://www.retail.ru/articles/obzor-rynka-roznichnoy-torgovli-rossii-v-2006-godu/> (дата обращения: 02. 09.2019).