

УДК 339.372.5

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ НА ДАЛЬНЕМ ВОСТОКЕ

Мишарина О.С.

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса,
Владивосток, e-mail: MisharinaOlesya@mail.ru*

Проведен анализ состояния розничной торговли на Дальнем Востоке Российской Федерации. Учитывались следующие факторы: количество, назначение и уровень различных розничных сетевых компаний. Рассматривались планы развития сетевых розничных компаний на Дальнем Востоке.

Ключевые слова: розничная торговля, сетевые компании, дискаунтеры, супермаркеты

ANALYSIS OF THE RETAIL TRADE IN THE FAR EAST

Misharina O.S.

Vladivostok State University of Economics and Service, Vladivostok, e-mail: MisharinaOlesya@mail.ru

The analysis of the retail trade in the Far East of the Russian Federation. We consider the following factors: the number, purpose and level of the various retail distribution companies. Is considering a plan of development of network of retail companies in the Far East.

Keywords: retail, distribution companies, discounters and supermarkets

Розничная торговля – это совокупность видов предпринимательской деятельности в сфере торговли, связанные с реализацией товаров непосредственно потребителю для личного, бытового, семейного, домашнего использования. В розничной торговле продажа товаров (услуг) осуществляется не большим количеством или штучно.

Сетевая продуктовая розница, возникнув в России в 90-е годы прошлого века, повлияла не только на культуру потребления в стране, сформировав при этом качественно иной уровень услуги, но и фактически, привнеся современные технологии, создала новые стандарты в самой отрасли. В Россию пришли новые форматы магазинов [5].

И в отличие от западного рынка, где развитие розничной торговли шло под влиянием менявшихся запросов потребителей, в нашей стране большинство торговых сетей начинали свою работу ориентируясь на уже разработанные форматы. Сначала развивались те, которые позволяли поддерживать высокий уровень маржи, – супермаркеты. Затем, буквально через пару лет после их появления, эксперты отмечают начало перехода в более низкие ценовые сегменты. Бурному развитию сетевой розницы способствовал рост экономики страны.

При всех особенностях Дальневосточного округа, прежде всего его географическом положении и слабой заселенности территорий, развитие розничных сетевых компаний в этом регионе шло примерно в общероссийском русле, правда с некоторым опозданием. До сих пор эксперты го-

ворят о том, что современные формы в розничной торговле продовольственными товарами в меньшей степени характерны для двух федеральных округов – Дальневосточного, оказавшегося на предпоследнем месте, и Северо-Кавказского, замыкающего рейтинг [1].

Еще лет десять тому назад сети здесь в основном были представлены двумя форматами: «супермаркет» и «магазин у дома». Оба эти формата предполагают наиболее высокий уровень наценок на товар. В последние годы стали активно развиваться другие форматы, появились сети гипермаркетов и дискаунтеры, быстро набирающие популярность среди покупателей. Да и некоторые супермаркеты, оказавшись под определенным давлением растущего контроля над ценовой надбавкой, стали плавно переходить в «экономичные супермаркеты», смешав принятые критерии традиционных форматов.

Сегодня, отмечают эксперты, большинство дальневосточных сетей по форме организации своей торговли находятся где-то между классическими форматами, для каждого из которых существует необходимый набор критериев. Обычно он включает в себя несколько параметров, среди которых количество парковочных мест на автостоянке, общая площадь магазинов, число сотрудников и т.д.

Большинство участников рынка сходятся во мнении, что наиболее оправданная стратегия для розничного бизнеса в России – развитие мультиформатности. Этот

вариант развития продиктован, прежде всего, особенностями тех территорий, на которые заходит ритейлер. Якутская сеть «Айгуль», например, в составе которой 22 магазина, включает в себя три формата: гипермаркет, минимаркеты, промтоварные магазины. Это позволяет сети присутствовать и в поселках, и в городах Республики Саха (Якутия) и Амурской области.

В формате «дискаунтер» открыла не так давно новый магазин в г. Спасске-Дальнем и приморская сеть «5+», позиционирующая себя как сеть супермаркетов. Еще один магазин эта сеть открыла недавно в г. Артеме в формате «минимаркет».

«Дискаунтер – это магазин, работающий по ценам, приближенным к оптовым, – поясняют в сети. – Торговая наценка минимальна, сотрудников в магазине меньше, а ассортимент составляют недорогие товары повышенного спроса. Скидки по дисконтным картам блокируются, т.к. магазином уже установлена минимальная наценка, и вводится только наличный расчет, поскольку магазин за удобство своих покупателей оплачивает покупку кредитками платит банку 3% от ее стоимости. Выбор Спасска для «пробы пера» в новом формате далеко не случаен. Дискаунтер обязан располагаться в помещении, рассчитанном на обслуживание множества покупателей. Наш магазин в Спасске-Дальнем – это более 1500 кв. м площади и большая парковка. Найти такое помещение в других городах края сложно, так что мы решили попробовать себя именно в Спасске».

В отличие от западных стран, где практически все рыночное пространство принадлежит торговым сетям, в России их доля в общем товарообороте, несмотря на динамичный рост современных форматов, все еще не столь велика. Тем не менее одной из тенденций рынка последних лет становится перераспределение долей в пользу крупных сетевиков [3]. По некоторым прогнозам, к 2017 году 30–40% рынка розничных сетей займут гипермаркеты, 30% – дискаунтеры, 10–15% – супермаркеты и независимые магазины, остальное – доля иных форматов. «Магазинам у дома» прогнозы экспертов оставляют не более 6–8% рынка.

Судя по планам развития сетевых розничных предприятий на Дальнем Востоке, эти прогнозы вполне могут стать реальностью, даже несмотря на кризис, резко возросшую стоимость заемных средств и усложнившееся планирование перспектив развития розничных сетей. По крайней мере, ритейлеры Дальнего Востока не намерены полностью сворачивать свои проекты. Более того – некоторые сети планируют

довольно динамичное развитие. Например, сеть «Фреш 25», которой сегодня принадлежит 30 супермаркетов в Приморье с долей рынка 5% в крае, что, собственно, позволяет ей считать себя лидером ритейла на Дальнем Востоке, заявляет о стратегических планах по расширению своего присутствия как на территории Приморского края, так и за его пределами. К 2018 году компания рассчитывает увеличить сеть до 105 магазинов, из которых 50 будут в формате «супермаркет», 50 – дискаунтерами и 5 – гипермаркетами, и поднять долю рынка в регионе до 10%.

Впрочем, сегодня, при всех сложностях нестабильной экономической ситуации, ритейлеры связывают наиболее проблемные вопросы развития вовсе не с кризисом. В некоторых случаях кризис даже способствовал появлению новых магазинов. Например, благовещенская сеть «Авоська» открывает в ближайшее время свой 9-й магазин именно потому, что арендаторы в последние месяцы покинули те площади, которые сеть сдавала в аренду. «Это вынужденный шаг, помещения находятся у нас в собственности, и чтобы они не пустовали, мы приняли такое решение», – пояснили в сети.

Тем не менее наиболее острым остается вопрос выделения земли под строительство новых магазинов в крупных городах, прежде всего во Владивостоке. Представители торговых сетей по-прежнему говорят об отсутствии открытости в этом вопросе.

Как известно, крупные сетевые розничные компании работают по таким схемам, при которых порядка 70% товара идет через собственную логистическую сеть. Но Дальний Восток – особая территория. Далеко не лучшее состояние дорог, низкий уровень инфраструктуры [2], отсутствие складов и, как следствие, сложности с созданием оптимальных маршрутов доставки продуктов стали основной причиной, сдерживающей приход на Дальний Восток федеральных сетей. В результате огромный регион развивался исключительно усилиями местных ритейлеров, причем многие из них опираются на собственные оптовые подразделения, что позволяет им в определенной мере решать вопросы логистики.

«Дальний Восток отличают значительные логистические издержки и сравнительно высокие закупочные цены, – говорит начальник отдела маркетинга и рекламы камчатского «Шамса-Холдинга» Ирина Злобина. – Концентрация современных форматов торговли FMCG очень мала – на несколько крупнейших игроков приходится около 4% розничного рынка, – и сосредоточены они всего в двух наиболее крупных

субъектах РФ – Приморском и Хабаровском краях. В настоящее время федеральные сети не присутствуют на дальневосточном рынке, хотя в докризисные стратегии некоторых федеральных игроков Дальний Восток был включен. Федеральные ритейлеры придут в Приморье, но точно сказать, когда это случится, сложно. Уровень конкуренции в регионе невысок, есть пути и возможности развития внутри Дальнего Востока» [4].

Собственно, крупные по местным меркам сети последнее время активно осваивают региональный рынок, преодолевая свои локальные масштабы. Правда, выйти за пределы своих регионов смогли буквально единицы. Да и география их присутствия остается весьма ограниченной: две хабаровские сети – «Самбери» и Super Good – помимо своего края присутствуют в Приморье и в Еврейской АО. Приморская сеть «ВЛ-Март» открыла магазин в Хабаровске. Особая ситуация сложилась с компанией «ДВ-Торг», которая управляет двумя розничными продуктовыми сетями на Дальнем Востоке: сетью «Парус» в Приморском крае и сетью «Островной» в Южно-Сахалинске, где, собственно, и началось развитие компании с открытия первого супермаркета в 2004 году.

В то же время интерес к самым восточным территориям страны проявила крупная красноярская сеть «Светофор», планирующая открыть в течение двух лет порядка 60 магазинов в ДФО. Это первая сеть, дошедшая до Дальнего Востока. Активную экспансию на рынки соседних регионов компания начала в позапрошлом году. Продвижением сети занимается ООО «Торгсервис-24», прописанное в г. Красноярске. На сегодняшний день в сети уже более 200 магазинов на всей территории России. В планах компании открытие до 2017 года 500 магазинов. Традиционно магазины «Светофор» занимают примерно 1 тыс. кв. м каждый и располагаются в жилых районах. Как поясняют в самой компании, их магазины – это розничные склады-магазины самообслуживания, работающие в режиме жесткого дискаунтера. Основную ставку в компании делают не на ассортимент, а на цены. На Дальнем Востоке уже работа-

ют два магазина сети «Светофор» в Хабаровске, один – в Комсомольске-на Амуре, и в ближайший месяц ожидается открытие трех в Приморском крае: в Находке, Уссурийске и Покровке.

В настоящее время в г. Владивосток быстро развиваются такие сети как:

1. Михайловский – три магазина, расположенные в разных концах города.
2. «Три Кота» – сегодня работает 1 дискаунтер и 3 гипермаркета в городе.
3. 5+ (ООО Мета) – сеть супермаркетов по городу.
4. Парус.
5. Тихоокеанский – 5 супермаркетов и 1 гастроном.
6. Фреш 25 – включает 19 супермаркетов по городу.
7. Самбери – 12 супермаркетов.
8. Кашёлка – 13 магазинов.
9. Реми – несколько супермаркетов по городу [6].

В целом розничный рынок достаточно хорошо преодолевает кризисы 2008 и 2014 годов. В последующие годы тенденция развития розничного товарооборота носит позитивный характер. Дальнейший рост розничной торговли на Дальнем Востоке сохранится.

Список литературы

1. Анализ динамики розничной торговли в Дальневосточном регионе. Владивостокский государственный университет экономики и сервиса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.vvsu.ru/latest/article/10607853/analiz_dinamiki_roznichnoy_torgovli.
2. Гриванов Р.И., Шингарева А.А. Некоторые проблемы конкурентоспособности ОАО «Российские железные дороги» в международной среде // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2015. – № 1 (73).
3. Приморскстат: Состояние розничной торговли в Приморском крае [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://primstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/primstat/ru/news/rss/dc0a2480440d22f9ab3cef20d5236cbe.
4. Рынок продуктового ритейла Дальнего Востока смешал разные форматы розничных сетей. Дальневосточный капитал, апрель 2015. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://dvkapital.ru/specialfeatures/dfo_22.04.2015_6976_rynok-produktovogo-ritejla-dalnego-vostoka-smeshal-raznyeh-formaty-roznichnykh-setej.html.
5. Торговля в России. – 2011. – Стат. сб./ Росстат. – Т60. – М., 2011.
6. Торговые сети г. Владивосток. Российский продуктовый портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://foodmarkets.ru/wholesale/town/15>.