

Тарасова Наталья Евгеньевна
кандидат экономических наук,
доцент кафедры теории и технологий в менеджменте,
ФГАОУ ВПО «Южный федеральный университет»,
г. Ростов-на-Дону, Россия
ntarasova@sfnedu.ru

Филимоненко Ирина Владимировна
магистрант факультета управления
ФГАОУ ВПО «Южный федеральный университет»,
г. Ростов-на-Дону, Россия
filimonenkoirinav@gmail.com

Сравнительный анализ факторов развития рынка розничной торговли в РФ

В данной статье объектом исследования является рынок сетевой розничной торговли, который на сегодняшний день стал одной из самых быстроразвивающихся сфер экономики России. Рынок розницы стоит рассматривать как единую систему, с точки зрения ее исторического развития соответственно. В целях повышения эффективности развития рынка были структурированы основные факторы развития рынка, и даны рекомендации.

Ключевые слова: розничная торговля, ритейл, потребители, поставщики, собственные торговые марки, торговые сети, торговый оборот.

Российская Федерация уже много лет занимает ведущие позиции в рейтингах стран, привлекательных для развития розничной торговли. Высокие позиции в международных рейтингах обеспечили различные макроэкономические факторы. Эти данные с начала 2000-х годов положительно сказались на развитии розницы в России. Это обусловлено тем, что в условиях современной экономики розничная торговля на

сегодняшний день является одной из самых быстро развивающихся отраслей российской экономики.

Для проведения сравнительного анализа за основу следует взять историю появления и дальнейшего развития розничной торговли в России.

Первой ступенью зарождения розницы в России стоит выделить этап, который относится к 1994—1998 годам. Для данного периода были характерны снижение уровня жизни населения, общий спад экономики и промышленного производства. Во всех регионах наблюдалось снижение оборота розничной торговли, что привело к активному развитию продовольственных рынков и продаж «с рук» редких, эксклюзивных товаров. Появились дорогие магазины с импортными товарами на полках, основными покупателями которых были представители высшего и среднего классов. Для данного периода сетевая торговля еще не оказывала существенного влияния на производителей и поставщиков.

Сетевые игроки в сфере розницы меняют свою стратегию по причине финансового кризиса 1998 г., который характеризуется переходом от дорогих супермаркетов к сегменту дискаунтеров. Данный этап относят к периоду с 1998 по 2000 год, когда быстрое уменьшение доходов граждан стало причиной постепенного исчезновения среднего класса. Происходит рост внутреннего российского производства и сокращение импорта продуктов питания, за счет чего растет количество игроков в сфере сетевой розницы. В результате этого торговые сети на рынке начали изменение вектора своего развития в сторону преобладания на полках ассортимента товаров отечественного производства и снижения торговой наценки.

С 2000 по 2005 годы можно обозначить как третий период становления сетевой розничной торговли, когда на рынке произошло резкое усиление конкурентной борьбы. На данном этапе в игру на российском рынке, потеснив отечественные компании, начали массово включаться

транснациональные корпорации. Активизация работы иностранных компаний в России послужила тревожным сигналом для местных игроков к началу развития отечественных федеральных сетей в регионах, стремительно выросло количество сделок по поглощениям и слияниям более мелких фирм крупными. Именно этот момент характеризуется как точка возникновения конфликтов между продавцами и поставщиками. Исходя из этого, правила на рынке начинают устанавливать именно торговые сети, а не производители, что характеризует переход рыночной власти от производителей к поставщикам.

Основное и решающее развитие розничная торговля получила с 2005 г., когда на рынке появились первые группы компаний - ритейлеров с оборотом более 1 млрд долл. Именно тогда начали активно развиваться большие и средние региональные сети. Происходит рост количества торговых площадок за счет строительства торгово-развлекательных и торговых центров. Розничные сети в качестве инвесторов начали активно использовать инструменты внешнего финансирования, такие как инвестиционные фонды, банковские кредиты или облигационные займы.

В силу данных исторических особенностей для современного периода развития розницы характерны следующие проблемы функционирования розничной торговли в России:

1. Большая территория России является неоднозначным фактором для компаний. Логистика для крупноформатных игроков розницы становится довольно большой проблемой: трудно регулировать равномерность и оптимум закупок для каждого региона, осуществление контроля над товарооборотом и своевременную доставку от распределительного центра до точек продаж. Далеко не каждая компания имеет возможность для создания собственной дорогостоящей логистической сети.

2. До сих пор не задействован большой потенциал для развития сетевой розницы в Восточной части России. Установившиеся с самого начала развития отрасли торговые коридоры в регионах существуют в недостаточном количестве.

3. Увеличение числа международных компаний на рынке тесно связано со строительством новых торговых центров. Именно данные объекты отвечают современным условиям работы международного уровня. В силу данного фактора можно проследить сильную зависимость между количеством представленных в городах брендов и объемом качественного предложения на рынке торговли.

Существует ряд векторов развития, при учете которых будут созданы благоприятные для развития сетевого ритейла условия. Следовательно, основными рекомендациями можно обозначить следующие направления:

- сферы розницы характеризуется быстрым и стихийным развитием, следовательно, государству необходимо постоянно прорабатывать законодательные акты, совершенствовать условия функционирования для всех игроков рынка, как индивидуальных предпринимателей, так и сетевых компаний;

- игрокам сферы розничной торговли следует проанализировать, выявить и устранить ошибки в цепочке взаимодействия. Оптимизация кооперации всей производственной цепочки позволит увеличить эффективность развития отрасли;

- вопросы защиты прав потребителей остаются по-прежнему актуальными. Данная сфера получила внимание только в период, когда розничная торговля уже начала активное развитие. В свете последних изменений законодательства и новых тенденций на потребительском рынке, таких как ввоз новых товаров, развитие различных видов работ и услуг, создание инноваций и другие производные глобализации.

Следовательно, в настоящее время рынок розницы в России можно охарактеризовать, как стабильно развивающийся и привлекательный для инвестиций. Как и любая сфера экономики, в нем существуют определенные проблемы, препятствующие эффективному развитию отрасли. В целях повышения эффективности работы рынка, необходимо учитывать особенности и препятствия, искать пути их решения, возможно, перенимая практику зарубежных рынков, чтобы избежать повторных и очевидных ошибок.

Список литературы

1. Ильин И.Е. Малый бизнес в России: проблемы и перспективы // Банковское кредитование. 2008. № 2.
2. Айрапетян Л. А., Конденкова К. Ф. Тенденции развития розничных торговых сетей в России // Научное сообщество студентов XXI столетия. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ: сб. ст. по мат. XV междунар. студ. науч.-практ. конф. № 15.
3. У продуктового ритейла большой потенциал развития в РФ // Электронный ресурс «РБК: Экономика» / Режим доступа: <http://www.rbc.ru/finances/16/10/2009/337785.shtml>
4. Розничные сети: степень развития в России // Электронный ресурс «Портал о торговой недвижимости и ритейле ShopandMoll» / Режим доступа: <http://www.shopandmall.ru/files/MagMag-retail-chainsRF.pdf>

References

1. Il'in I.E. *Malyj biznes v Rossii: problemy i perspektivy*. Bankovskoe kreditovanie, no. 2, 2008.
2. Ajrapetyan L. A., Kondenkova K. F. *Tendencii razvitiya roznichnyh trgovyh setej v Rossii*. Nauchnoe soobshchestvo studentov XXI stoletiya. EKONOMICHESKIE NAUKI: sb. st. po mat. XV mezhdunar. stud. nauch.-prakt. Konf, no. 15.

3. *U produktovogo ritejla bol'shoj potencial razvitiya v RF*. Elektronnyj resurs «RBK: Ekonomika». Available at: <http://www.rbc.ru/finances/16/10/2009/337785.shtml>

4. *Roznichnye seti: stepen' razvitiya v Rossii*. Elektronnyj resurs «Portal o torgovoj nedvizhimosti i ritejle ShopandMoll». Available at: <http://www.shopandmall.ru/files/MagMag-retail-chainsRF.pdf>

Natalya Y. Tarasova

PhD in Economics, Associate Professor
Department of the Theory and Technologies in Management
Southern Federal University
Rostov-on-Don, Russia
ntarasova@sfedu.ru

Irina V. Filimonenko

Master's student
Southern Federal University
Rostov-on-Don, Russia
filimonenkoirina@gmail.com

Comparative Analysis of Factors Affected on the Development of Retail in the Russian Federation

This article considers main business trends and possible future problems of the retail business in Russia. The opportunities for this type of business in the Russian Federation are identified by comparative analysis of different historical periods. This analysis has also helped to reveal the efficiency of the retail business and its possible influence on the Russian economy.

Keywords: retail, trading networks, trademarks networks, commodity circulation, consumers, suppliers.

Выходные данные статьи:

Филимоненко И.В., Тарасова Н.Е. Сравнительный анализ факторов развития рынка розничной торговли в РФ//<http://portal-u.ru>: Журнал "У". Экономика. Управление. Финансы. — 2016. URL: http://portal-u.ru/index.php?option=com_k2&view=item&id=2169:sravnitelnyj-analiz-faktorov-razvitiya-rynka (дата обращения).