

ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ

УДК: 339.1(470.53)

Новикова К.В., Колышкин А.В.

АНАЛИЗ РЫНКА ПРОДУКТОВОГО РИТЕЙЛА В ПЕРМСКОМ КРАЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ДАННОЙ ОТРАСЛИ

Новикова Ксения Владимировна, доктор экономических наук, профессор; директор сети магазинов «Семья»; РФ, 614000, г. Пермь, ул. Революции, д. 13; e-mail: marketing.psu@yandex.ru

Колышкин Антон Владимирович, обучающийся магистратуры; ФГБОУ ВО «Пермский государственный национальный исследовательский университет»; РФ, 614990, г. Пермь, ул. Букирева, д. 15; e-mail: Vomik92@gmail.com

Развитие любой экономики связано с совершенствованием и расширением сферы услуг. Розничная торговля как одна из главных отраслей в этой сфере является ключевым показателем развития экономики в целом. С увеличением конкуренции в сфере продуктового ритейла становятся значимыми такие вещи, как минимизация издержек, выявление современных тенденций и оптимизация бизнес-процессов. В данной статье рассмотрено современное состояние рынка продуктового ритейла в Перми и Пермском крае. В частности, была взята сфера розничной торговли. Среди основных выводов можно отметить, что пермский рынок розничной торговли показывает рост, появляется всё больше торговых площадей, а также федеральные компании продолжают увеличивать своё влияние в регионе. Также представлен анализ конкурентной среды и перспективы развития ритейла в целом для России и региона в частности. Среди особенностей ритейла в Пермском крае отмечены: низкие доходы населения, большой порог входа на рынок, нацеленность на развитие магазинов формата «у дома» и усиленное развитие направления «готовая продукция».

Ключевые слова: Пермь, Пермский край, региональная розничная торговля, перспективы, анализ.

Novikova K.V., Kolyshkin A.V.

THE ANALYSIS OF FOOD RETAIL MARKET IN PERM TERRITORY AND DEVELOPMENT PROSPECTS OF THE BRANCH

Novikova Ksenia Vladimirovna, doctor of economic sciences, professor; chain of stores "Sem`ya"; 13 Revolyutsii Street, Perm 614000, Russian Federation; e-mail: marketing.psu@yandex.ru

Kolyshkin Anton Vladimirovich; Perm State National Research University; 15 Bukireva Street, Perm 614990, Russian Federation; e-mail: Vomik92@gmail.com

Development of any economy is connected with perfection and expansion of the sphere of services. Retail trade as one of the main branches in this sphere is a key indicator of economy development as a whole. With the growth of competition in the sphere of food retail such things as costs minimization, revealing of modern trends and business processes optimization become significant. In the article modern condition of food retail market in Perm and Perm Territory is considered. In particular, the sphere of retail trade was chosen. Among the basic conclusions it is possible to notice that Perm retail market grows, there appear more and more trading areas, and federal companies continue to increase their influence in the region. The analysis of competitive environment and development prospect of retail for Russia in general and for the region in particular is presented. Low incomes of the population, large threshold of the market entry, aiming to develop the shops near the house and strengthened development of "finished goods" direction are noted among retail features in Perm Territory.

Keywords: Perm, Perm Territory, regional retail trade, prospects, analysis.

Продуктовый ритейл подразумевает под собой розничную торговлю продуктами питания, а также продуктами потребления в бытовых нуждах. Чаще всего в России это торговые сети федеральных масштабов, которые имеют один или несколько форматов. Таким образом, сетевой продуктовый ритейл представляет собой несколько сетей одноформатных или мультиформатных магазинов, которые объединяются под одной концепцией.

Основная прибыль продуктового ритейла заключена в марже, или наценке на товар, которым торгует магазин [1]. Поэтому основная цель в данной отрасли – максимизация оборота и повышение продаж.

Целью данной работы является анализ рынка продуктового ритейла в Пермском крае, а именно: исследование структуры рынка, основных игроков региона, а также анализ показателей развития рынка.

Общее состояние и особенности рынка продуктового ритейла в Пермском крае

В Пермском крае на рынке продуктового ритейла за последнее время произошло немало изменений. Активно развивается крупная региональная сеть. Федеральные сети продолжают наращивать своё влияние на данном рынке. Также на фоне снижения реальных доходов населения сокращается потребление более дорогих продуктов, что заставляет крупных игроков искать новые инструменты, направленные на повышение прибыли.

Основное направление продуктового ритейла – розничная торговля, именно на этом и будет заострено внимание в данной статье.

Каждая сеть магазинов в данной сфере имеет свою специализацию, кто-то нацелен на сегмент общества с низким уровнем дохода. Другие же опираются на средний сегмент, а также сегмент «средний плюс».

Всего насчитывается более 2404 [2] розничных магазинов в Перми. Общий объём рынка продуктовой розницы за 2018 год составил 573,4 млрд рублей [3].

Главный тренд в последние два года в Пермском крае – увеличение доли форматов магазина «у дома». Также ещё один стабильный тренд – это направление «готовая еда».

Формат «у дома» представляет собой небольшой магазин, в котором есть все самые необходимые продукты, и ничего лишнего. Из-за меньшего ассортимента необходима меньшая площадь, что упрощает открытие таких магазинов в небольших районах либо в районах, в которых отсутствуют большие площади коммерческой недвижимости. Кроме того, данная особенность требует меньших затрат на ремонт и приводит к большему охвату потребителей. Из минусов таких форматов можно отметить ограниченность выбора и меньшее число покупателей, чем в форматах «супермаркет» и «гипермаркет», ввиду низкой пропускной способности. Обычно в таких магазинах не более двух-трёх кассовых зон [4].

Тренд «готовая еда» представляет собой собственное производство выпечки и готовых горячих блюд, закусок. В первую очередь потребителей привлекает доступность таких блюд и экономия времени на готовку. Особенно популярно данное направление в офисных зонах и в торговых центрах [5].

Ещё одно направление развития ритейла – собственная торговая марка. Индивидуальный бренд позволяет сетевым магазинам создать тот продукт, который нужен потребителю, при этом увеличить свою прибыль за счёт более низкой закупочной цены. Также такой продукт позволяет увеличить прибыль сети от продажи таких товаров в другие сети и магазины [6].

Экономические показатели рынка продуктового ритейла в Пермском крае

Если говорить о темпах роста в данной сфере, то на сегодняшний день наблюдается следующая тенденция. За первое полугодие 2019 года объём розничной торговли вырос на 1,3% относительно аналогичного периода в 2018 году. Это говорит об увеличении выгодных покупок для населения и расширения предложений услуг розничной торговли. Так, в 2018 году обеспеченность населения стационарными торговыми площадями составила 865 кв. м. на тысячу человек, в 2017 году данный показатель был равен 656 кв. м. на тысячу человек [7].

Такой рост связан с тем, что продукты питания остаются первостепенными товарами. От них жители Перми отказаться не могут, но делают предпочтения в пользу продуктов по акции. Из-за падения реальных доходов ритейлеры, как правило, не могут поднять цены [8]. В результате растут издержки компаний.

Крупные игроки вытесняют так называемую мелкую розницу – частные магазины, которые не являются сетевыми и оформлены зачастую на индивидуальных предпринимателей. С 2017 по 2018 годы рост доли в общем объеме торговли у федеральных сетей, таких как «Магнит», «Х-5 Retail Group» и «Монетка» составил 6,3% [9].

Так как данный рынок имеет очень высокий порог входа и сложность организации процессов, новых игроков либо появляется очень мало, либо не появляется вообще.

Анализ конкуренции на рынке продуктового ритейла в Пермском крае

Структура конкуренции на рынке розничной торговли между сетевыми компаниями в Пермском крае представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Доли крупных сетевых магазинов в общем объеме продуктовой розницы на первое полугодие 2019 года [5]

Название сети продуктовых магазинов	Доля компании в регионе	Название юр. лица
Магнит	11,3%	АО «Тендер»
Х-5 Retail Group (Пятёрочка, Перекрёсток, Карусель)	13,5%	АО «Торговый дом «Перекрёсток»
Семья	6,72%	ООО «Семья»
Монетка	3,80%	ООО «Элемент трейд»
Лион, Берег	2,16%	ООО «Лион-Трейд»
«Красное&Белое»	5,03%	ООО «Альфа Пермь», ООО «Бета Пермь»

По сравнению с 2017 годом компании в 2018 году нарастили свои доли и количество магазинов. Исключением стала только торговая сеть «Семья», данная она нарастила объём на 0,09%. Всего количество магазинов в сравнении показано на рисунке 1.

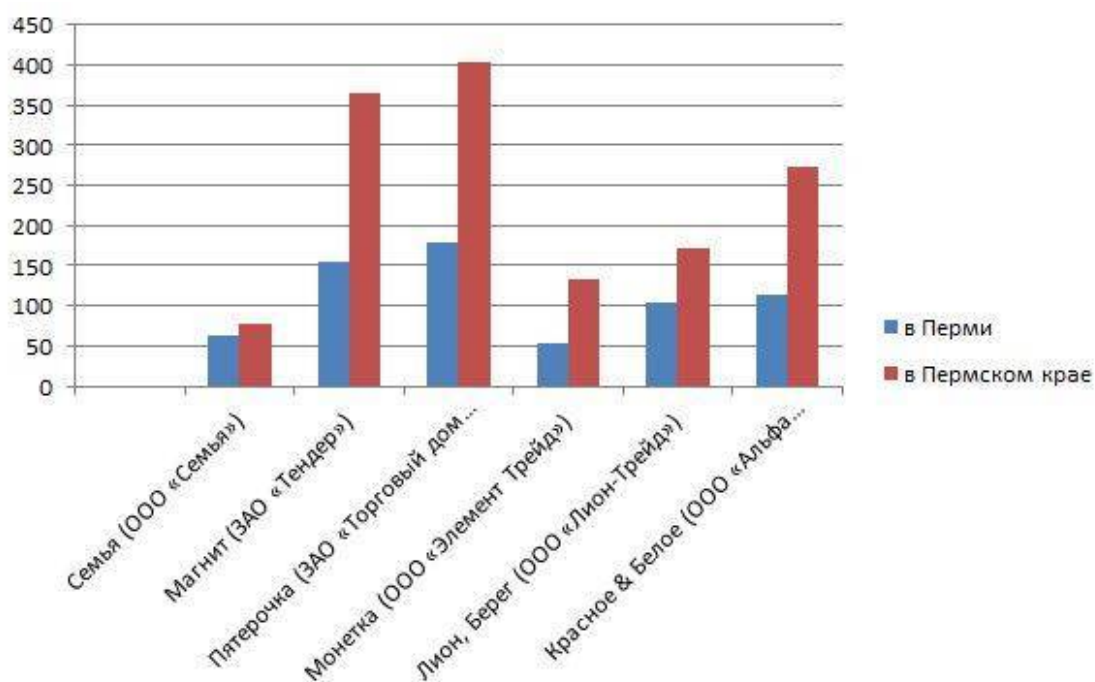


Рисунок 1 – Количество магазинов самых крупных сетей [5]

На отдельных территориях некоторые ритейлеры превысили долю, которая ограничена антимонопольной службой в 25% от общего объема в муниципальном образовании. По закону если доля компании в определенном муниципальном образовании превышает установленное значение, то компания не вправе арендовать или приобретать дополнительные торговые площади в этом районе в последующем году. Под такие ограничения попали магазины «Магнит» в Кизеловском округе, а также магазины «Пятёрочки» – в Кудымкаре, Звёздном и Бардымском [10].

Как говорит Михаил Бурмистров (генеральный директор аналитического агентства INFOLine-Аналитика), для традиционной розницы появляется новый вызов – онлайн-торговля. Он отмечает тренд производителей создавать интернет-магазины и обращаться к покупателю напрямую, минуя посредника. Также аналитик отмечает, что, несмотря на рост оборотов ритейла, доходы россиян продолжают падать, вместе с этим растёт и закредитованность населения [11].

Кроме того, продолжается сокращение количества несетевых форматов торговли. Например, в Перми есть тенденция уменьшать количество нестационарных торговых площадей (НТО). По состоянию на 1 апреля этого года схема включает 627 мест для размещения НТО на муниципальной земле. Схема, которая действовала до 2018 года, предполагала 852 площадки. При этом киоски на частной территории устанавливать также запретили. По мнению экспертов, нестационарную торговлю нужно сохранять, поскольку она обеспечивает поддержание потребительского спроса [12].

Перспективы развития продуктового ритейла и розничной торговли в Пермском крае

Следует отметить существенную необходимость развития в Пермском крае механизмов поддержки малого бизнеса, в том числе нестационарной, мобильной и дистанционной торговли. Большим потенциалом также обладает поддержка социально-ориентированных проектов. В работе Г.Г. Иванова рассматривается потенциал реализации таких проектов как для повышения эффективности торговой сферы непосредственно для потребителей, так и с точки зрения государства и занятости населения [13].

С целью реализации данных направлений принят Закон Пермского края от 4 июля 2007 года №63-ПК «О розничных рынках на территории Пермского края» (в редакции 2015 года №594-ПК), который регулирует отношения между органами власти и предприятиями торговли.

Современному бизнесу требуется глубокое знание целевой аудитории, специфики региона и готовность к внедрению инноваций, среди которых первоочередной должна быть нацеленность на автоматизацию торговых процессов. Необходимо внедрение современных программных решений по складским, учетным операциям, по обработке массивов данных, особенно касающихся базы потребительских запросов и поисков [14].

Новые программные решения позволяют проводить эффективную систематизацию моделей, наименований товаров, наличия на складах, проводить регулярные инвентаризации.

Требуется упорядочения торговли и контроля за рынком сбыта сфера розничной продажи алкогольной продукции. С целью устранения проблем Министерством промышленности, предпринимательства и торговли Пермского края проводятся совещания с представителями предприятий розничной торговли алкогольной продукцией, сетевых компаний, предприятий-производителей алкогольной продукции. В результате проведенных мероприятий приостановлено 117 лицензий на 404 объекта розничной продажи алкогольной продукции (5% от общего количества лицензиатов). Доля декларируемого розничного оборота алкогольной продукции увеличилась с 15 до 25% от всего потребления алкогольной продукции населением Пермского края (14,8 л./чел. в год) [15, 16].

Еще одна проблема, требующая решения, – рынок складской недвижимости, который пока находится на начальной стадии своего развития, его предложение только начинает формироваться. На пермском рынке промышленной недвижимости существует ряд вопро-

сов. Что лучше: арендовать или приобретать в собственность склады? Каково качество складов на пермском рынке и соответствует ли оно российским стандартам? Наибольшая доля совокупных складских площадей (занимаемых и свободных) в городе принадлежит к последнему классу комфортности и составляет 65,0%.

Свободные складские помещения хорошего качества (класс «В») составляют лишь 2% от совокупного объема. И намного меньше востребованы складские помещения класса «С» и «Д». Строительство складских логистических центров возможно в ближайших к городу промзонах и пригородах юго-западного и юго-восточного направлений в местах развития транспортных развязок и магистралей. Также высока вероятность возведения складской недвижимости на землях сельскохозяйственного назначения (ввиду относительно низких цен на земли данного назначения), вблизи населенных пунктов и промышленных зон, что значительно сокращает затраты на подвод коммуникаций.

Приобретать в собственность складские помещения предпочитают обычно крупные компании со стабильной потребностью в определенном объеме складской территории. Однако далеко не все могут позволить себе приобрести в собственность склад, а качественные складские площади, соответствующие российским требованиям, только начинают формировать пермский рынок. Поэтому расширение качественного ассортимента рынка сбалансирует арендные ставки и сделает аренду вполне доступной предпринимателям самого различного формата и достатка.

Исходя из сложившейся ситуации на пермском рынке, когда спрос на промышленную недвижимость высокого качества значительно превышает предложение, можно утверждать, что тенденциями ближайшего будущего станет увеличение на рынке доли качественных складских помещений, отвечающих современным логистическим требованиям; формирование крупных логистических комплексов с широким спектром услуг.

Сегодня рынок интернет-торговли Перми находится в стадии формирования [17]. По мнению экспертов, пока бизнес может сам выбирать, чем торговать и на каких условиях. Это касается и интернет-рынка продуктов питания, который представлен в Перми несколькими компаниями, наиболее известные из них – «ПРОДОВОЗ», «Магазин фермерских продуктов», «Veganbird».

Все они четко заняли свои ниши на рынке: «ПРОДОВОЗ» занимается продажей всей линейки продуктов, «Магазин фермерских продуктов» сосредоточен на местных производителях, а «Veganbird» – на вегетарианских, диетических и постных продуктах. Анализ пермского рынка показывает, что даже самый популярный интернет-магазин Прикамья отстает по посещаемости от интернет-сайта «Простоудобно» в Екатеринбурге примерно в 5 раз.

Причина такого положения дел в том, что доставка продуктов – один из самых сложных видов онлайн-бизнеса. Еще одна проблема интернет-торговли кроется в отсутствии достаточного уровня сервиса и неготовности покупателей платить за те же продукты больше, чем в обычном магазине. Игроки данного рынка во всей России недооценивают один из важнейших параметров – OOS (out of stock) – долю товаров, не найденных при сборке. В обычном среднем российском супермаркете в произвольный момент времени находится от 70 до 85% товаров от рабочего ассортимента этого магазина.

Соответственно, если выложить весь этот ассортимент на интернет-сайт, клиенты будут покупать то, чего на момент сборки в магазине не будет. Для нормальной работы интернет-компании средний чек покупки должен составлять 1,5-2 тысячи рублей.

Однако у интернет-магазинов есть несомненные преимущества перед обычной торговлей: покупатель экономит время на поход в магазин и поиск нужных товаров, ему не нужно стоять в очередях у кассы и волноваться насчет доставки корзины до дома. Среди первоочередных клиентов таких магазинов эксперты называют, например, молодых мам.

Конкурентов у действующих игроков пермского рынка пока мало, но вскоре их число может увеличиться за счет продуктовых сетей, которые тоже в будущем намерены выходить в интернет. Уже сегодня пользователи могут просмотреть продукцию сетей и действующие

акции на сайте компаний и заранее определиться с покупками.

Сеть магазинов «Семья» пошла еще дальше и с декабря 2016 года запустила в тестовом режиме торговую интернет-площадку. Теперь каждый покупатель может, не выходя из дома, сформировать себе корзину продуктов, сделав заказ по телефону.

Заключение

Таким образом, можно сделать вывод о том, что рынок розничной торговли в Перми и Пермском крае конкурентоспособный и имеет тенденцию к росту, что позволяет искать новые маркетинговые инструменты для увеличения продаж и наращивания объемов. Экстенсивный рост в виде открытия новых магазинов больше не имеет настолько сильного эффекта, как качественный. Поэтому ритейлерам нужно сфокусироваться именно на интенсивном пути развития – искать новый подход к потребителю, предлагать ему лучшие услуги и новые, интересные продукты. Это поможет как увеличить продажи и оборот, так и нарастить долю на рынке Перми.

Список источников:

1. Доход ритейла. Записки Маркетолога [Электронный ресурс]. – URL: http://www.marketch.ru/notes_on_marketing/marketing_tactics/retail_ekonomica/ (дата обращения: 18.12.2019).
2. Справочник фирм [Электронный ресурс] // 59.ru. – URL: https://59.ru/firms/s_1048/s_1086/ (дата обращения: 18.12.2019).
3. Сетевое поглощение. За год все торговые сети в Пермском крае нарастили доли на рынке Business class [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.business-class.ru/news/2019/07/01/setevoe-pogloshchenie-za-god-vse-torgovye-seti-v-permskom-krae-narastili-doli-na-rynke> (дата обращения: 23.11.2019).
4. Магазин у дома [Электронный ресурс] // Знайтовар.ру. – URL: <https://znaytovar.ru/s/Magazin-u-doma.html> (дата обращения: 19.12.2019).
5. Собственное производство в сети «Семья»: от концепции до результата [Электронный ресурс] // RETAIL.RU. – URL: <https://www.retail.ru/cases/sobstvennoe-proizvodstvo-v-seti-semya-ot-kontseptsii-do-rezultata/> (дата обращения: 18.12.2019).
6. Собственная торговая марка. Стратегии создания СТМ [Электронный ресурс] // RETAIL.RU. – URL: <https://www.retail.ru/articles/sobstvennaya-torgovaya-marka-strategii-sozdaniya-stm/> (дата обращения: 18.12.2019).
7. За полгода объем розничной торговли в Прикамье увеличился на 1,3% [Электронный ресурс] // Сайт губернатора и Правительства Пермского края. – URL: <https://www.permkra.ru/news/za-polgodu-obem-rozничnoy-torgovli-v-prikame-udelichilsya-na-1-3/> (дата обращения: 14.12.2019).
8. Больше половины россиян покупают товары только по акции [Электронный ресурс] // Ведомости. – URL: <https://www.vedomosti.ru/business/news/2019/06/13/804088-aktsii> (дата обращения: 18.12.2019).
9. «Пятерочка» выручает. X5 retail group нарастила долю на рынке Пермского края. [Электронный ресурс] // Business class. – URL: <https://www.business-class.ru/news/2019/02/21/pyaterochka-vyruchayet-h5-retail-group-narastila-dolyu-na-rynke-permskogo-kрая> (дата обращения: 23.11.2019).
10. Торговая доля. Новый компаньон [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.newsko.ru/articles/nk-5378036.html> (дата обращения: 23.11.2019).
11. Выпуск недели ритейла за Ноябрь 2018 (4) [Электронный ресурс] // Retail Week. – URL: https://retailweek.ru/images/2019/RW-paper/04_retail_week.pdf (дата обращения: 14.12.2019).
12. Новости Перми за 23.04.2019 [Электронный ресурс] // Муниципальное образование город Пермь. – URL: <https://www.gorodperm.ru/news/2019/04/23/49726-id/> (дата обращения: 14.12.2019).

13. Ильяшенко С.Б. Особенности и тенденции развития дистанционной торговли в России / Современные тенденции и перспективы развития торговой отрасли Российской Федерации. – Уфа: АЭТЕРНА, 2016. – С. 167-185.

14. Майорова Е.А., Иванов Г.Г. Результаты исследования восприятия покупателями социальной ответственности торговых структур // Наука и бизнес: пути развития. – 2015. – №5. – С. 129-132.

15. Министерство промышленности, предпринимательства и торговли Пермского края [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.minpromtorg.permkrai.ru> (дата обращения: 14.12.2019).

16. Пермский рынок Интернет-торговли продуктами питания [Электронный ресурс]. – URL: <http://foodmarkets.ru/articles/topic/1599> (дата обращения: 14.12.2019).

17. Антинескул Е.А., Ясырева А.А. Основные тенденции развития ритейла г. Перми // Экономика АПК Предуралья. – 2017. – №S2. – С. 5-8.

УДК 330.101.542

Самородова Е.М., Самородов А.А.

ДОМОХОЗЯЙСТВА КАК ЭЛЕМЕНТ ЧАСТНОГО СЕКТОРА И ОСНОВА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ОРЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ)

Самородова Елена Михайловна, кандидат экономических наук, доцент; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: samorodova733096@mail.ru

Самородов Артем Александрович, обучающийся; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: Samorodov-@outlook.com

Современные экономические системы относятся к категории смешанных экономик. Современная смешанная экономика определяется наличием двух секторов – государственного и частного. В частный сектор экономики входят два элемента: домохозяйства и бизнес. В статье домашние хозяйства Орловской области рассматриваются с традиционных, сложившихся в экономической теории позиций – как получатели дохода и как расходуемая группа. Используется традиционная для экономической теории методология. Как получатели доходов домашние хозяйства региона анализируются с точки зрения функционального подхода и с точки зрения распределения доходов между различными группами населения. В работе представлены авторские расчеты реальных доходов населения Орловской области за 2015-2017 гг., определена их динамика и структура, изучено распределение доходов между разными группами населения, исследована структура расходов домохозяйств, что позволило сделать выводы о состоянии этого элемента частного сектора экономики и потенциале его влияния на социально-экономическое развитие региона.

Ключевые слова: смешанная экономика, домохозяйства, функциональное распределение доходов, дифференциация доходов, структура расходов домохозяйств, потенциал экономического развития.

Samorodova E.M., Samorodov A.A.

HOUSEHOLDS AS AN ELEMENT OF THE PRIVATE SECTOR AND THE BASIS OF SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT (ON THE EXAMPLE OF OREL REGION)

Samorodova Elena Mikhailovna, candidate of economic sciences, associated professor, Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: samorodova733096@mail.ru