

УДК/UDC 3438.4

Современные тенденции развития отрасли розничной торговли в Российской Федерации

Вольхина Альбина Юрьевна
студентка экономического факультета
Кубанский государственный аграрный университет им. И. Т. Трубилина
г. Краснодар, Россия
e-mail: albina51097@mail.ru

Пивнева Анна Григорьевна
студентка экономического факультета
Кубанский государственный аграрный университет им. И. Т. Трубилина
г. Краснодар, Россия
e-mail: pivnevaa_anna@mail.ru

Аннотация

В статье исследуются современные тенденции развития розничной торговли. Анализируется оборот розничной торговли по субъектам Российской Федерации, а также изучается динамика продаж продовольственных и непродовольственных товаров. Выявляются факторы, оказывающие наибольшее влияние на изменение выручки сектора розничной торговли в современном мире, рассматривается подход омниканальности торговых предприятий как один из основных факторов развития бизнеса. В результате исследования предлагается ряд мер, направленных на повышение эффективности организаций розничной торговли. В частности, отмечается значимость внедрения онлайн-продаж в связи с высокой востребованностью со стороны граждан возможности приобретать и получать доставку товаров дистанционно, а также подчеркивается необходимость сосредоточения на реализации товаров низкой ценовой категории в субъектах Российской Федерации, где наблюдается сильное снижение реальных располагаемых денежных доходов населения.

Ключевые слова: розничная торговля, розничная торговая сеть, интернет-торговля, покупательский спрос.

Modern trends in the development of retail industry in the Russian Federation

Volkhina Albina Yuryevna
student of the Faculty of Economics
Kuban State Agrarian University
Krasnodar, Russia
e-mail: albina51097@mail.ru

Pivneva Anna Grigoryevna
student of the Faculty of Economics
Kuban State Agrarian University
Krasnodar, Russia
e-mail: pivnevaa_anna@mail.ru

<http://epomen.ru/issues/2021/58/Epomen-58-2021.pdf>

Abstract

The article examines the current trends in the development of retail. It analyzes the retail trade turnover in the constituent entities of the Russian Federation, and also studies the dynamics of sales of food and non-food products. The factors that have the greatest influence on the change in the proceeds of the retail sector in the modern world are identified, the approach of omniscience of trade enterprises is considered as one of the main factors of business development. As a result of the study, a number of measures are proposed to improve the efficiency of retail trade organizations. In particular, the importance of the introduction of online sales is noted in connection with the high demand on the part of citizens for the opportunity to purchase and receive delivery of goods remotely, and also emphasizes the need to focus on the sale of goods of a low price category in the constituent entities of the Russian Federation, where there is a strong decrease in the real disposable money income of the population.

Key words: retail trade, retail trade network, internet trade, consumer demand.

В настоящее время розничная торговля является одной из наиболее динамично развивающихся отраслей народного хозяйства России, что является положительным фактором, поскольку данная сфера деятельности выступает мощным драйвером экономического развития страны. Под ее влиянием формируется благоприятный социальный и экономический климат государства, балансируется производство и потребление товаров. Тем не менее торговая отрасль сегодня сталкивается с различными проблемами, связанными с постоянно меняющимися условиями ведения предпринимательской деятельности, что и обуславливает необходимость исследования темы, поднимаемой в данной статье.

Основными участниками рынка розничной торговли выступают розничные торговые сети, которые представляют собой совокупность розничных торговых предприятий и торговых единиц, размещенных и действующих на определенной территории для осуществления процесса продажи товаров населению [1].

Сектор розничной торговли в России на современном этапе развития характеризуется стремительным ростом и развитием розничных торговых сетей, а также острой конкуренцией, возникающей между крупными торговыми организациями. На сегодняшний день свою деятельность на территории России осуществляют множество сетевых торговых организаций, среди которых

X5 Retail Group, АО «Тандер», МКПАО «Лента», АО «ДИКСИ ГРУПП», METRO AG, Auchan, ООО «О'кей», «Светофор», АО «ВкусВилл» и др. [2]. Они ведут бизнес в различных регионах страны. В связи с этим в табл. 1 рассмотрим динамику выручки организаций розничной торговли по субъектам Российской Федерации за последние три года.

Динамика оборота розничной торговли по субъектам Российской Федерации в 2018–2020 гг., млрд руб. [3]

Показатель	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2020 г. к 2018 г.	
				Абс-е изм-е, +/-	Темп роста, %
Российская Федерация, в т. ч.:	31 579	33 624	33 874	2 294	107,3
г. Москва	4 798	5 102	5 176	378	107,9
Московская область	2 355	2 583	2 676	321	113,6
г. Санкт-Петербург	1 412	1 499	1 528	116	108,2
Краснодарский край	1 368	1 462	1 487	119	108,7
Свердловская область	1 131	1 197	1 118	-13	98,8
Другие	20 514	21 781	21 888	1 373	106,7

Таблица 1

Данные, представленные в табл. 1, говорят об увеличении оборота розничной торговли в России на 2 294 млрд руб., или на 7,3%, что в целом свидетельствует о положительном развитии отрасли за период исследования. Причем лидерами по росту выручки выступают такие субъекты, как Московская область (13,6%), г. Санкт-Петербург (8,2%) и Краснодарский край (8,7%). Это связано с активным развитием розничных сетей в данных регионах, что выражается в увеличении торговых площадей, росте количества торговых точек, а также реализации организациями политики, направленной на выявление и удовлетворение потребностей потребителей.

Тем не менее следует отметить снижение оборота отрасли розничной торговли в Свердловской области на 13 млрд руб., или на 1,2%, в 2020 г. по сравнению с 2018 г., что связано со значительным падением в отчетном году реальных располагаемых денежных доходов населения в регионе — на 7,8%, в то время как в среднем по стране они сократились на 3,0% [4].

Таким образом, изменение доходов населения в значительной степени влияет на выручку организаций, ведущих свою деятельность в сфере розничной торговли.

Также важным в изучении рынка розничной торговли является проведение анализа динамики продаж продовольственных и непродовольственных товаров (табл. 2).

Динамика оборота продовольственных и непродовольственных товаров в Российской Федерации в 2018–2020 гг., млрд руб. [3]

Показатель	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2020 г. к 2018 г.	
				Абс-е изм-е, +/-	Темп роста, %
Всего, в т. ч.	31 579	33 624	33 874	2 294	107,3
Продовольственные товары	15 055	16 121	16 587	1 532	110,2
Непродовольственные товары	16 524	17 504	17 286	763	104,6

Таблица 2

Данные, представленные в табл. 2, свидетельствуют о том, что в большей степени рост розничной торговли в Российской Федерации был обеспечен за счет продаж продовольственных товаров, которые выросли на 1 532 млрд руб., или на 10,2%, за три года.

Однако стоит отметить, что в отчетном году рост исследуемого сектора экономики в целом замедлился по сравнению с предыдущим, а оборот непродовольственных товаров в 2020 г. по сравнению с 2019 г. даже сократился на 217 млрд руб., или на 2,1%. Эта тенденция была вызвана влиянием на отрасль и потребительский рынок пандемии COVID-19 и связанного с ней экономического кризиса. Так, для 2020 г. характерна существенная трансформация в различных сегментах рынка, в результате чего произошел масштабный переток спроса из физических магазинов в онлайн, при этом многими ритейлерами были предприняты меры по развитию омниканальной модели взаимодействия с покупателями, что выразилось как в создании собственных интернет-магазинов и доставки, так и в разработке приложений для

мобильных устройств, сотрудничестве с маркетплейсами, совместных проектах с другими ритейлерами и сервисными организациями [2].

Ритейлерами с самой высокой динамикой за 2020 г. стали сети «Светофор» и «ВкусВилл» — их выручка выросла на 38,8 и 38,3% соответственно. Увеличение оборота сети «Светофор» обусловлено политикой организации, направленной на предложение покупателям товаров низкой ценовой категории, которые в условиях существенного снижения реальных доходов населения (на 3,0% в 2020 г.) пользовались большим спросом. В то же время рост выручки сети «ВкусВилл» связан с быстрой адаптацией организации к условиям пандемии, что выражалось в ускоренном развитии интернет-продаж: доля этого канала реализации выросла до 23% [2; 4].

Таким образом, пандемия COVID-19 и последовавший за ней экономический кризис, приведший к снижению доходов населения, оказали значительное влияние на рынок розничной торговли в России.

С нашей точки зрения, организациям, осуществляющим деятельность в сфере розничной торговли, с целью повышения выручки необходимо активно внедрять онлайн-продажи в связи с высокой востребованностью со стороны населения возможности приобретать и получать товары дистанционно. Также росту эффективности предприятий отрасли будет способствовать применение персонализированного маркетинга на основании результатов анализа потребительского рынка — прогнозирования спроса и изучения покупательской аудитории, что окажет положительное влияние на укрепление связей между продавцом и покупателем.

В то же время в субъектах Российской Федерации, где наблюдается сильное снижение реальных располагаемых денежных доходов населения, торговым организациям следует сосредотачиваться на продаже товаров низкой ценовой категории, что будет способствовать реализации интересов покупателей и, как следствие, повышению выручки компаний розничной торговли.

Так, активный рост будет характерен для тех организаций, которые смогут быстро подстраиваться под постоянно меняющиеся условия ведения бизнеса и

окажутся способны наиболее точно и в полном объеме учитывать и удовлетворять современные потребности покупателей.

Список литературы

1. Организация коммерческой деятельности: справочное пособие / Под общ. ред. С. Н. Виноградовой. Минск: Высшая школа, 2000. 464 с.
2. Состояние потребительского рынка России и зейтинг торговых сетей FMCG РФ: Итоги 2020–2021 гг.: ежемесячный обзор [Электронный ресурс] // INFO Line. URL: <https://infoline.spb.ru/shop/issledovaniya-rynkov/page.php?ID=205269> (дата обращения: 10.07.2021).
3. Розничная торговля, услуги населению, туризм // Федеральная служба государственной статистики. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/23457> (дата обращения: 10.07.2021).
4. Уровень жизни. Доходы, расходы и сбережения населения // Федеральная служба государственной статистики. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/13397> (дата обращения: 12.07.2021).

References

1. Organization of commercial activities: reference book / Under total. ed. S. N. Vinogradova. Minsk: Visshaya shkola 2000. 464 p.
2. The state of the consumer market in Russia and the zating of FMCG retail chains in the Russian Federation: Results of 2020–2021: monthly review // INFO Line. URL: <https://infoline.spb.ru/shop/issledovaniya-rynkov/page.php?ID=205269> (access date: July 10, 2021).
3. Retail trade, services to the population, tourism // Federal State Statistics Service. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/23457> (access date: July 10, 2021).
4. The standard of living. Income, expenses and savings of the population // Federal State Statistics Service. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/13397> (access date: July 10, 2021).