

## ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Е. Ф. Тайрова**, студентка 4 курса специальности «экономика и управление на предприятии» факультета международных экономических отношений Саратовской кооперативного института

*В статье рассматриваются проблемы развития торговых сетей в России, а также изменения во взаимоотношениях операторов и поставщиков в продовольственном секторе в связи с принятием закона «О торговле».*

Ключевые слова: ритейл, девелоперы, ритейл-центр, розничная сеть

Ритейл – это розничная торговля оптовыми масштабами. Дословный перевод английского retail – розница. Сейчас в России любой более-менее крупный бизнес стали называть ритейлом.

Ритейл использует особые технологии торговли, ориентированные на массового покупателя, которые называют ритейл-технологиями. Ошибочно думать, что ритейл – это только торговля, более верно сказать, что это работа с множеством клиентов. Например, предоставление банками кредитов частным лицам (на покупку автомобилей, недвижимости), выдача пластиковых карт, обмен валют, банковские переводы – все это разновидности ритейла.

Один из ключевых моментов ритейла – это общедоступность и публичность. Любой может получить кредит, или совершить покупку. С целью сокращения затрат на каждого клиента ритейл-технологии подразумевают минимум персонала, при максимуме потребителей. Примером может быть самообслуживание в крупных магазинах, создание платежных терминалов и банкоматов. Другим отличительным признаком ритейла является большее разнообразие предлагаемых товаров и услуг, собранных в одном месте. Например, пользователь мобильного телефона может использовать свои деньги как для звонков, так и для осуществления выхода в интернет, кроме того популярной стала возможность оплаты услуг посредством СМС, отправленного с того же телефона. Успешность ритейла зависит прежде всего от покупательской способности, или

от среднего дохода на душу населения. В связи с тем, что в последние годы уровень жизни в России значительно улучшился, множество ритейл-компаний получили широкое распространение. Сейчас около 10% продуктов питания приходится на долю нескольких крупных ритейл-компаний, через 5-6 лет доля крупных игроков рынка составит уже около 50%. Наиболее древней формой ритейла, безусловно, является стрит-ритейл, или уличная торговля. Другими словами – любой городской рынок является прообразом ритейл-центра. Условия для развития розничных сетей на рынке России на настоящем этапе, кажутся просто идеальными. У крупных сетевых супермаркетов число торговых точек пока не превышает 400, но темпы их развития позволяют прогнозировать достижение ими новых показателей уже в ближайшее время. Сегодня, чтобы оставаться конкурентоспособным на рынке, темпы роста должны быть не менее 35 % в год, а иногда и 50 %. При этом существенным ограничением в укреплении сетевого бизнеса в России является отсутствие развитой инфраструктуры в регионах, складов класса А, низкий уровень логистики, ограниченное количество необходимых торговых площадей или их высокая стоимость, что, например, наблюдается в московском регионе. Все это может приводить не только к замедлению темпов роста той или иной сети, но и ее отставанию в развитии ввиду нехватки на это выделенных бюджетов и отсутствия необходимых площадей. Закрывается достаточно большое количество небольших розничных сетей, которые не выживают в условиях сегодняшнего рынка и конкуренции со стороны более сильных компаний. Такие сети поглощаются, перекупаются или попросту уходят в небытие, нанося серьезные убытки поставщикам продукции.

В настоящее время многие крупные российские компании в области ритейла сталкиваются с рядом проблем в сфере арендно-земельных отношений, связанных с эксплуатацией торговых центров, а также с налогово-административными претензиями со стороны государственных органов. Все эти сложности, в том числе судебные споры, затрудняют текущую хозяйственную деятельность и тормозят дальнейшее развитие компаний. Согласно исследованию по вопросам розничной торговли, субъекты розничной торговли более всего под-

вержены проверкам различными государственными органами. Чаще всего предприниматели сталкиваются с налоговой инспекцией (82,5%), госсанэпиднадзором (72,5%), пожарной инспекцией (52,5%) и работниками акиматов (37,5%). Предприниматели в основном платят за невозбуждение административного дела (37,5%) или за освобождение от административной ответственности (20%), а также за снижение суммы штрафа (12,5%). Особо можно отметить проблему финансирования ритейла банками и финансовыми институтами. Так, почти половина предпринимателей (45%) не имеют доступа к финансам, причем 30% – из-за высокого банковского процента при кредитовании, а 17,5% не имеют гарантий и боятся, что не смогут рассчитаться. Только 20% предпринимателей считают, что им достаточно собственных средств. К проблемам развития ритейла можно также отнести дороговизну современных технологий продаж и бизнес-процессов, высокую стоимость капитальных вложений (земля, аренда, фонд оплаты труда), неразвитость рынка консалтинговых услуг в области ритейла, невозможность снижения цен в связи с высокими прямыми издержками, дороговизну транспортных услуг. Недостаточность и высокая аренда уже существующих торговых площадей сдерживает возможность привлечения мировых брендов. Также следует отметить неправильный выбор концепции или деловых партнеров, задержки открытия магазинов.

Существует еще одна проблема – отсутствие квалифицированных специалистов и рядового персонала для торговых сетей. Учитывая тот факт, что в российских глубинках крупные торговые сети лишь набирают обороты и зачастую представлены одним-двумя известными брендами, высококвалифицированные специалисты встречаются крайне редко. Таким образом, становится ясно, что ритейл испытывает те же проблемы, в которых наблюдается устойчивый отток квалифицированных специалистов в ряд смежных областей бизнеса, а иногда и в абсолютно новые сферы деятельности. Весь персонал в ритейле можно разделить на следующие группы: начальный (кассир, продавец-консультант, контролёр-охранник, грузчик), средний (старший продавец, старшие смены, заместитель управляющего и т.д. и топ-менеджмент (управляющий магазином)).

Самая дефицитная группа для розницы – это продавцы и кассиры. Причин этому явлению немало, вот основные из них (по убыванию): низкая заработная плата, неудобный график работы, штрафы за недостачу (доступность товара приводит к банальному воровству). Также надо учитывать и тот факт, что на данные вакансии приходят девушки в возрасте от 18-30 лет, а это значит, что 90% из них потенциально могут уйти в декрет. Ряды продавцов-консультантов пополняются в основном за счёт приезжих граждан и студентов-заочников. Поэтому на низших позициях ритейла по-прежнему актуальна «текучка» персонала. Кроме того, кадровый голод будет только усиливаться демографическим провалом – в трудовую деятельность вступает поколение начала 90-х годов, а в эти годы как мы все помним, была очень низкая рождаемость в России. Чаще всего ритейлеры решают свои «региональные» проблемы следующим образом:

- самостоятельный поиск кандидатов (посредством размещения объявлений в Интернет, СМИ и т.д.);
- перевод специалистов из центрального офиса или другого региона;
- самостоятельная подготовка кадров из числа молодых специалистов;
- сотрудничество с кадровыми агентствами.

Еще одна из причин, почему российский рынок ритейла терпит бедствие, стал слишком быстрый его рост. Это стало следствием того, что рынок переоценили, и началась гонка девелоперов, кто больше построит. Также большой проблемой российского ритейла стала гигантомания. Громадные торговые центры в маленьких городах, жесточайшая конкуренция. В результате неконтролируемой рынком гонки девелоперов кривая доходности продолжала снижаться, тогда как стоимость строительства, арендные ставки продолжали расти. Наступивший кризис только усложнил существующие проблемы. В законопроект «О торговле», внесенный 15 июля 2009 года в Госдуму, была внесена поправка, существенно ограничивающая развитие российских торговых сетей. Изменение было внесено по инициативе Федеральной антимонопольной службы (ФАС) России и первого вице-премьера Виктора Зубкова. В нем говорится, что продуктовым торговым сетям запрещено расширять бизнес, если их годо-

вой оборот превышает миллиард рублей, а доля в городских округах, муниципальных районах, Москве и Санкт-Петербурге превышает 25 процентов. Понятие «торговая сеть», в представлении российских чиновников, включает в себя два и более торговых объекта, принадлежащих одной компании и имеющих общее коммерческое обозначение. По оценке генерального директора компании X5 Retail Group («Пятерочка», «Перекресток», «Карусель») Льва Хасиса, доля его компании в Санкт-Петербурге составляет 35 процентов, а это значит, что если законопроект вступит в силу, компания продолжить развитие просто не сможет. Впрочем, у ФАС свой взгляд на новое ограничение. По мнению начальника управления контроля официальной сферы и торговли центрального аппарата ФАС Тимофея Нижегородцева, новая норма будет способствовать равномерному развитию торговых сетей по всей России. При этом малые торговые предприятия получают возможность развиваться более уверенно, без подавления со стороны крупных сетей. Все это приводит к тому что, крупнейшие в мире ритейлеры вынуждены временно приостановит расширение сети своих магазинов в России. Именно так поступила ИКЕА. Ранее ИКЕА заявляла, что выбрала для себя легальный путь развития сети и никому никаких откатов делать не собирается. «Мы являемся одним из крупнейших инвесторов в России, и этим радикальным решением мы хотим послать ясный сигнал российским властям и тем, кто принимает решения, до тех пор, пока не появятся четкие признаки улучшения в огромной и часто непредсказуемой бюрократической системе, мы должны приостановить наши планы крупного расширения в России». До этого ритейлер инвестировал \$4 млрд в новые магазины за все время работы в России. Аналитики ИК «Финнам» отмечают, что в случае ухода с рынка крупного игрока, это не лучшим образом скажется на инвестиционной привлекательности страны. По мартовским данным, ИКЕА Group в России принадлежит 11 магазинов ИКЕА и 13 торговых центров «Мега». Их выручка за 2008 г. составила около 22 млрд евро. Однако ИКЕА далеко не в первый раз жалуется на российских чиновников и подрядчиков, которые, по ее мнению, препятствуют развитию сети в России. В 2000 г. власти Москвы не дали разрешения на строитель-

ство подъезда к торговому центру «Мега» в Химках. 20 июня 83-летний основатель и главный владелец шведского мебельного концерна IKEA Ингвар Кампрад обвинил российских энергетиков в выставлении завышенных счетов, из-за чего компания потеряла \$190 млн. IKEA добивается соответствующей компенсации в суде и переводит магазины на собственные генераторы.

Реальная экономика, в том числе розничная торговля, продолжает функционировать в условиях слабого спроса и дефицита кредитных ресурсов, что по итогам 2009 года стало причиной весьма заметного падения объемов рынка. Среди дополнительных факторов, оказавших негативное влияние на ритейл:

- рост стоимости обслуживания долга, высокие ставки и низкий уровень доступности заемного капитала. Свою роль, безусловно, сыграли увеличение себестоимости продукции, ослабление рубля и подорожание импорта, который занимает существенную долю в структуре розничного товарооборота (45% в денежном выражении по итогам 2008 года);

- обострение отношений с контрагентами. На фоне негативных последствий кризиса, кредитного шока, выражающихся в том числе в ухудшившемся финансовом положении многих розничных операторов и поставщиков, в 2009 году наблюдался заметный рост количества конфликтных ситуаций, разрывов сотрудничества и даже судебных разбирательств. Принятие закона «О торговле» стало ключевым отраслевым событием в 2009 году, а вступление его в силу, по прогнозам, окажет наиболее существенное влияние на рынок и в 2010–м. При том что закон распространяется на всю торговую деятельность в РФ, на развитии непродовольственных ритейлеров он практически не отразится, а вот во взаимоотношения операторов и поставщиков в продовольственном секторе вносит существенные изменения.

Ключевых положений – четыре. Первое – возможность регулирования правительством цен и наценок на социально значимые продукты: если в течение 30 календарных дней рост цен на отдельные виды социально значимых товаров превысит 30%, правительство может устанавливать на них предельно допустимые цены на срок до 90 календарных дней. Поскольку на социально зна-

чимых товарах ритейлеры никогда и не зарабатывали, данное положение особых нареканий не вызвало. В то же время регулирование наценки на такие товары едва ли поможет снизить цены на них.

Второе – определение сроков оплаты поставленных товаров. Здесь также достигнут компромисс: вместо предлагаемых ранее сроков, зависящих от категории товара, теперь они определяются сроком годности. Хотя сокращение отсрочек платежей означает необходимость пополнения оборотного капитала, то есть ведет к росту издержек и, как следствие, конечных цен.

Третье новшество – антимонопольное ограничение: запрет на открытие новых магазинов, если доля компании в розничном обороте продовольственных товаров превышает четверть. Ограничение действует с 1 февраля для компаний, чей порог превышает допустимые 25% в субъектах федерации, а с 1 июля 2010 года. – в муниципальных районах и городских округах. При этом закон обязывает власти регионов вести торговые реестры розничных операторов и вменяет в обязанность правительству разработать методику расчета объема продаж продовольственных товаров в регионах, муниципальных округах и районах и методику определения в этом объеме долей ритейлеров.

Четвертое значимое новшество – ограничение бонусов от поставщиков 10-процентной объемной скидкой от закупочной цены товара. Этим положением регламентируется и сокращается число конкурентных инструментов, которые присутствовали в совместной работе поставщиков и торговых сетей.

В Санкт-Петербурге ситуация уникальная: доля цивилизованной розницы здесь составляет около 70% рынка. Когда обсуждался закон «О торговле», Петербург выступал как эталонный город с точки зрения насыщенности розничными форматами. И его пример показывает именно положительные моменты такой конкуренции – одни из самых низких цен по стране среди сетей за счет их большого числа и разнообразия и наименьшая норма прибыли операторов. Нельзя отрицать вероятность того, что с усилением позиций ритейлеров на практике, названные ФАС недобросовестными, могут проявиться. Но и это по примеру развитых стран должно стать предметом регуляции со стороны самих

игроков розничного рынка. Во-первых, сети в силу своей специфики занимают совершенно уникальное место в распределительной системе экономики государств. Сети в данном случае тот же транспорт, узкое место, через который проходят потребительские товары. Производители этих товаров, в свою очередь, являются основными потребителями продукции тяжелого машиностроения, перерабатывающей и пр. промышленности. Эта промышленность является потребителем добывающей, потребителем научных разработок, все вместе они потребляют услуги, воду, электричество и т.д. В результате, по принципу домино, получается, что буквально вся экономика зависит от торговой политики сетей.

Во вторых, сети могут выступать и как некий аналог таможни, точнее – таможенных барьеров. Этот аспект сетей особенно важен сейчас, когда наша страна стремится вступить в ВТО, одной из основных целей которого и провозглашается уменьшение таможенных и бюрократических барьеров на пути товаров. При этом можно заставить сети поддерживать определенную пропорцию отечественных и зарубежных товаров, вплоть до того, чтобы сети были обязаны законодательно оказывать преференции отечественным производителям, при соблюдении ими определенных условий по качеству и внешнему виду товаров и упаковки. Такой подход позволил бы России, и вступить в ВТО, и частично (хотя бы в области потребительских товаров) сохранить защиту отечественного производителя.

Таким образом, получается, что через влияние на торговую политику сетей можно самым прямым и непосредственным образом влиять на экономику государства. Причем при наличии отечественных сетей за рубежом, конечно, только в том случае, если они занимают доминирующее положение на местном рынке, можно контролировать и экономику других стран. А кто контролирует экономику и финансы другой страны, тот контролирует и ее политическую жизнь. Исходя из всего вышесказанного, становится понятно, что в современной экономике сети играют беспрецедентно важную роль. И государство просто не может себе позволить пройти мимо этого важного феномена, не попы-



тавшись поставить себе на службу его возможности как внутри, так и вне страны.

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Львов Ю.А. Большие проблемы малого бизнеса / Ю. А. Львов // Взгляд. – 2009.– №12 .
2. Сайт «Едина Россия» [Электронный ресурс] : «Едина Россия» – Режим доступа: <http://www.edinros.ru/>
3. Рагимов С.Н. Российский ритейл / С.Н. Рагимов // Страна.RU. – 2010.– №32.
4. Кавеев Х. Недовольство коррупцией в РФ высказывает ИКЕА / Х. Кавеев // SLON. – 2009 . – №6.
5. Герчикова. И. Н. Законопроект «О торговле» / И. Н. Герчикова // Коммерсант. –2009.– № 34.
6. Лапуста. М. Г. Проблемы финансирования ритейла / М. Г. Лапуста // Эксперт. – 2009. – №4.