

Новрузлу Э.А.

Факультет «Менеджмент»

ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве  
Российской Федерации» г. Москва, Российская Федерация

Контактный телефон: 8 (926) 448 88 25

E-mail: t871tt@mail.ru

## ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В РОССИИ

Аннотация: в данной статье представлен обзор рынка розничной торговли в России, проблемы и перспективы его развития. Анализируются результаты деятельности ключевых игроков отрасли. Определяются основные проблемы развития малого и среднего предпринимательства в сфере торговли. Рассматриваются основные направления Стратегии развития торговли в России до 2020 года, к числу которых отнесены снижение административных барьеров, стимулирование предпринимательской инициативы, сбалансированное развитие разноформатной инфраструктуры торговли и конкуренции в отрасли.

Ключевые слова: ритейл, макроэкономические факторы, спрос, оборот розничной торговли, многоформатная торговля, малое и среднее предпринимательство

## TENDENCIES OF DEVELOPMENT OF RETAIL TRADE IN RUSSIA

Abstract: this article provides an overview of the retail market in Russia, problems and prospects of its development. Analyses the results of the activities of key players in the industry. Identifies the main problems of development of small and average business in sphere of trade. The basic directions of Strategy of trade development in Russia up to 2020, which include reducing administrative barriers, promoting entrepreneurship, sustainable development is multi-format infrastructure of trade and competition in the industry.

Keywords: retail, macroeconomic factors, demand, turnover of retail trade, multi-trade, small and medium enterprises

Начиная с 2014 года для отечественного ритейла и экономики страны в целом наступили непростые времена. Организации приспособлялись и учились существовать в совершенно новых экономических условиях. Многие компании ушли с рынка: по итогам 2015 года число организаций-банкротов выросло на 8% по сравнению с аналогичным прошлым периодом и на 20,9% по сравнению с 2013 годом<sup>1</sup>. Причин много, основной из которых послужила неустойчивая макроэкономическая ситуация в стране. Курс национальной валюты закрепился на низком уровне, в связи с чем многим ритейлерам, которые закупают товары за рубежом, пришлось прибегнуть к искусственному завышению цен на товары, что не могло не отразиться на уровне спроса одновременно при снижении доходов населения. Снизилась цена на нефть, что негативно отразилось на государственном бюджете в связи с незапланированными расходами и вызвало дефицит средств в экономике. Усилилось давление на бизнес со стороны государства.

Ужесточилась политика регулирования в банковской сфере. Центральный банк России повысил учетную ставку, что непосредственно коснулось потребительского кредитования и бизнеса в целом. Кредитные ресурсы стали труднодоступными, повысилась ставка кредитования и ужесточился процесс выдачи займов. Для российских предприятий характерно финансирование деятельности в большей степени за счет привлеченных средств. В связи с этим, бизнес столкнулся с рядом проблем. Компании лишились свободных средств для развития бизнеса и столкнулись с затруднениями при возврате кредитов. Просроченная задолженность бизнеса за последний квартал 2014 года и первые три квартала 2015-го значительно выросла по сравнению с предшествующим аналогичным периодом. Она повысилась с 743,6 млрд руб. до 1,853 трлн руб.<sup>2</sup> Снижение доступности кредитов для физлиц стало одной из причин падения потребительского спроса. Наряду с этим, в октябре 2015 года реальная средняя зарплата россиян уменьшилась на 10,9%. Это самое значительное падение за

---

<sup>1</sup> <http://www.vedomosti.ru/economics/articles/2016/01/14/623925-kontse-2015-goda-chislo-bankrotstv-kompanii-viro-slo-oslableniya-rublya#/galleries/140737492579592/normal/1>

<sup>2</sup> По данным Центрального банка РФ: статистика [электронный ресурс] URL: <http://www.cbr.ru/statistics/>

последние 16 лет. Реальные доходы населения за первые 10 месяцев снизились на 3,5%. Всего за один год число россиян, проживающих за чертой бедности, превысило 20 млн человек.<sup>1</sup> В результате, как признали эксперты МЭР, россияне оказались вынуждены менять свои потребительские привычки и перешли к сберегательной модели потребления. Это сразу же почувствовал на себе сектор розничной торговли.

### Индекс предпринимательской уверенности в розничной торговле

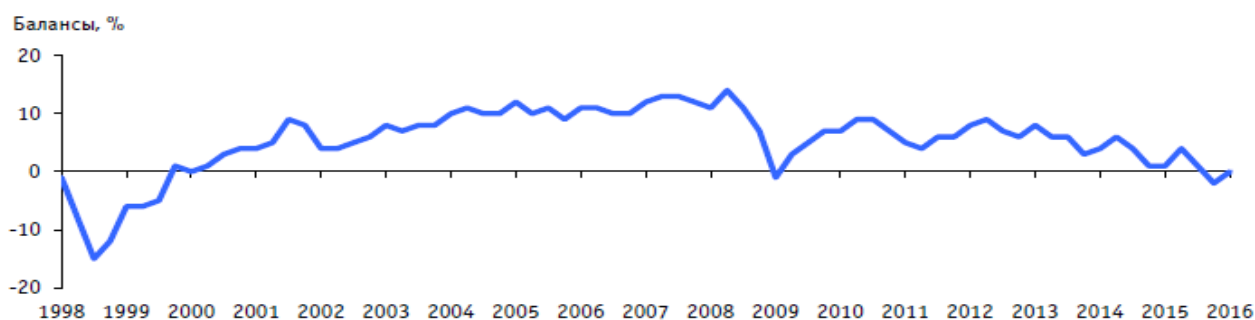


Рисунок 1. Динамика предпринимательской уверенности в розничной торговле<sup>2</sup>

Анализ деловой активности в различных сегментах розничной торговли свидетельствует о сохранении слабого потребительского спроса со стороны населения, что по-прежнему определяет ограниченную востребованность товаров всех категорий. Особенно ярко данная тенденция традиционно превалировала в сегменте непродовольственных товаров, где индекс предпринимательской уверенности<sup>3</sup> продолжил терять позиции и по итогам I квартала снизился до (-1%). Такие покупки не относятся к товарам первой необходимости, и в условиях кризиса пользователи автоматически стараются на них экономить. В III квартале 2016г. по сравнению со II кварталом 2016г. снижение индекса предпринимательской уверенности было отмечено в 34 субъектах Российской Федерации. В 36 субъектах Российской Федерации

<sup>1</sup> По данным Министерства экономического развития РФ: макроэкономика [электронный ресурс] URL: <http://economy.gov.ru/minrec/activity/sections/macro/>

<sup>2</sup> Институт статистических исследований и экономики знаний [электронный ресурс] URL: <https://issek.hse.ru/>

<sup>3</sup> Индекс предпринимательской уверенности в розничной торговле рассчитывается ежеквартально как среднее арифметическое значение сезонно скорректированных балансов оценок: уровня складских запасов (с обратным знаком), изменения экономического положения в текущем квартале по сравнению с предыдущим, ожидаемого изменения экономического положения в следующем квартале (в процентах).

указанный индекс увеличился, в 15 субъектах – остался практически на том же уровне.

Таблица 1

Оценка основных факторов, ограничивающих деловую активность организаций розничной торговли (% от числа обследованных организаций)<sup>1</sup>

	2015 г.				2016 г.		
	кв. 1	кв. 2	кв. 3	кв. 4	кв. 1	кв. 2	кв. 3
Высокий уровень налогообложения	51	50	51	51	50	50	50
Высокий процент коммерческого кредита	24	23	24	24	23	23	23
Недостаток финансовых средств	31	32	33	34	31	32	31
Недостаточный платежеспособный спрос населения	53	54	55	55	56	57	58
Высокие транспортные расходы	24	24	24	24	23	24	24
Высокая арендная плата	26	27	27	27	26	26	27
Недостаточный ассортимент	9	9	10	10	9	9	10

Оценивая факторы, ограничивающие торговую деятельность, 56% ритейлеров, выделяли негативное воздействие недостаточного платежеспособного спроса. Почти половина предпринимателей констатировала высокое налоговое давление и треть – дефицит собственных финансовых средств организаций. Кроме того, каждый пятый участник опроса указывал на высокие транспортные расходы и дорогие кредиты. Первые оценки, полученные от российских ритейлеров в 2016 г., по-прежнему неутешительны, но вполне адекватны депрессивному состоянию реального сектора и потребительского рынка России.

Еще несколько лет назад ритейл был, пожалуй, самой яркой инвестиционной идеей в стране. Бизнес розничных сетей ежегодно рос по 25-35% в год, компании прекрасно зарабатывали на растущих доходах населения. Однако в 2015 году эта модель дала сбой. Из-за проблем в экономике темпы роста доходов снизились, а затем и вовсе стали отрицательными. В октябре 2015 года объем розничных продаж упал на 11,7% в годовом выражении. В целом оборот розничной торговли в силу своей специфики на фоне снижения спроса и неблагоприятной экономической ситуации рос на протяжении

<sup>1</sup> По данным Федеральной службы государственной статистики: предпринимательство: розничная торговля [электронный ресурс] URL: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/retail/](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/retail/)

последних 10 лет. Тем не менее, в 2015 г. усилилась тенденция замедления темпов роста оборота розничной торговли. Сдерживающее влияние на динамику потребительского спроса оказало снижение темпов роста реальных денежных доходов населения и потребительского кредитования, увеличение склонности населения к сбережениям.

Таблица 2

Оборот розничной торговли по РФ<sup>1</sup>

	Всего (млрд. руб.)	в том числе		Оборот розничной торговли торгующих организаций*	Продажа на розничных рынках и ярмарках
		Продовольств енными товарами**	Непродовольст венными товарами***		
2006	8711,9	3947,4	4764,5	7000,3	1711,6
2007	10868,9	4891,3	5977,6	9218,6	1650,4
2008	13944,2	6495,6	7448,5	12113,2	1830,9
2009	14599,1	7097,1	7502,1	12655,4	1943,7
2010	16512,1	8002,2	8509,9	14457,1	2054,9
2011	19104,3	9104,3	10000,0	16898,4	2205,9
2012	21394,5	9961,2	11433,2	19126,3	2268,2
2013	23685,9	11143,0	12542,9	21453,8	2232,1
2014	26356,2	12380,8	13975,4	24057,2	2299,0
2015	27538,4	13419,3	14119,1	25369,8	2168,6
2016 (январь- август)	17932,6	8805,2	9127,4	16659,4	1273,2
* включая ИП, осуществляющие деятельность вне рынка					
** с 2008г. пищевые продукты, включая напитки, и табачные изделия					
*** с 2008г. непродовольственные изделия с исключением табачных изделий					

В августе 2016 г. оборот розничной торговли на 92,7% формировался торгующими организациями и индивидуальными предпринимателями, осуществляющими деятельность вне рынка, доля розничных рынков и ярмарок составила 7,3% (в августе 2015г. – 92,2% и 7,8% соответственно). В августе 2016г. в структуре оборота розничной торговли удельный вес пищевых продуктов, включая напитки, и табачных изделий составил 47,7%, непродовольственных товаров – 52,3% (в августе 2015г. – 47,6% и 52,4% соответственно).

<sup>1</sup> По данным Федеральной службы государственной статистики: предпринимательство: розничная торговля [электронный ресурс] URL: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/retail/](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/retail/)



Рисунок 2. Структура формирования оборота розничной торговли по х/с в I квартале 2016 года (в % к итогу, в фактически действовавших ценах)<sup>1</sup>

Российский рынок ритейла продолжает активно развиваться, несмотря на кризисный для него период. Крупнейшие игроки активно наращивают сети, в том числе благодаря особенно сложной ситуации на рынке непродовольственной розницы. В 2016 году основные торговые сети инвестируют в развитие, выходят на новые рынки и увеличивают свои доли благодаря поглощению небольших региональных сетей. Падение рынка происходит неравномерно, некоторые его сегменты чувствуют себя достаточно неплохо, и даже на фоне снижения спроса есть игроки, которые по-прежнему уверенно растут, что наглядно демонстрируют различные рейтинги. К примеру, аналитической компанией Infoline был проанализирован рынок розничной торговли и составлен рейтинг крупнейших по выручке компаний, представленный в таблице 3.

Таблица 3

### Топ-20 крупнейших по выручке ритейлеров в 2015 году<sup>2</sup>

<sup>1</sup> По данным Федеральной службы государственной статистики: предпринимательство: розничная торговля [электронный ресурс] URL: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/retail/](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/retail/)

<sup>2</sup> По данным аналитической компании Infoline

Место в рейтинге	Название	Выручка в 2014 году, млрд руб.	Выручка в 2015 году, млрд руб.	Прирост, %
1	Магнит	743	907,7	22,2
2	X5 Retail Group	631,9	804,1	27,3
3	Auchan	314,8	332	5,5
4	Дикси	227,1	270,5	19,1
5	Лента	194	252,8	30,3
6	Metro Cash & Carry	209,5	225	7,4
7	О'кей	152	162,5	6,9
8	М.Видео	172,7	161,7	-6,4
9	Leroy Merlin	118,6	143	20,6
10	DNS	115,9	135	16,5
11	Связной	111	104,3	-6
12	ИКЕА	94,2	104	10,4
13	Эльдорадо	111,6	99,6	-10,8
14	Красное&Белое	47	82,5	75,5
15	Спар	65	77,4	19,2
16	Атак	58	71,2	22,7
17	Монетка	61,5	70,1	14
18	Л'Этуаль	62	70	12,8
19	Спортмастер	77,2	70	-9,3
20	Globus	53,4	68,7	28,7

В общей сложности в список крупнейших по выручке ритейлеров вошли 100 розничных сетей, преимущественно продовольственных. Средний рост их выручки за 2015 год составил 13,6%. Самой быстрорастущей оказалась сеть алкомаркетов «Бристоль». Её выручка за год увеличилась более чем в два раза - сразу на 109%. Благодаря этому компания заняла 71-е место в списке, хотя раньше в принципе не попадала в топ-100. Помимо «Бристоля», высокими темпами роста выручки также могут похвастаться дискаунтер «Светофор» (38-е место рейтинга), сеть «Магнит Косметик» (33-е место) и алкогольный ритейлер «Красное & Белое» (14-е место).

Наибольший спад выручки показали продавцы непродовольственных товаров. Так, «ЦентрОбувь» лишилась сразу четверти доходов, а «Евросеть» осталась без их пятой части. Также среди антирекордсменов оказались сети «Детки», «Здоровый малыш» и «Техносила». В целом выручка сократилась почти у четверти участников рейтинга — у 24 компаний из ста. В самом сложном положении оказались продавцы одежды, бытовой техники и электроники. Оба этих сектора сильно зависят от импортных поставок и курса рубля, падение которого автоматически спровоцировало рост цен на их товары.

По данным Росстата, оборот непродовольственной розницы за первые 10 месяцев 2015 года упал на 12,5%. О глубине проблем говорит хотя бы тот факт, что за последний год из страны ушло несколько десятков сетей по продаже одежды.

Что касается абсолютных показателей, то в 2015 году наметились существенные сдвиги в первой десятке рейтинга. «Ленте» уже удалось обогнать немецкую Metro Cash & Carry. Доходы «Магнита» за первые три квартала увеличились на 26,99%, до 688,6 млрд рублей; выручка «Дикси» выросла на 19,1% до 270,5 млрд рублей. Среди крупнейших продовольственных розничных сетей самые слабые результаты в 2015 году продемонстрировала сеть «О'кей», чья выручка по итогам трех первых кварталов выросла только на 5,6% до 114,6 млрд рублей. Эксперты связывают это с тем, что сеть компании состоит только из гипермаркетов и супермаркетов, которые в условиях кризиса пользуются меньшим интересом у потребителей. По данным на начало 2016 года семь крупнейших продуктовых ритейлеров контролируют 22,5% российского рынка и этот показатель продолжает уверенно расти. Еще 26% приходится на более мелких сетевых игроков. По итогам 2016 года крупнейшие продуктовые ритейлеры откроют суммарно в России около 2500 магазинов. При этом более 2000 к открытию заявили лидеры рынка – «Магнит» и X5 Retail Group, закончившая первое полугодие с лучшими показателями на рынке.

Министерство промышленности и торговли РФ утвердило приказ от 25 декабря 2014 г. № 2733 «Об утверждении Стратегии развития торговли в Российской Федерации на 2015-2016 годы и период до 2020 года». Целью Стратегии является создание условий для формирования комфортной среды для граждан и субъектов предпринимательской деятельности (как производителей товаров, так и субъектов торговой деятельности) через развитие многоформатной инфраструктуры торговли посредством стимулирования роста любых форм предпринимательской активности. Малые и средние торговые предприятия выполняют важную экономическую и социальную функцию, являясь каналом сбыта продукции мелких и средних производителей



потребительских товаров, прежде всего продуктов питания, и сельскохозяйственных производителей.

Таким образом, наличие достаточно большого количества малых и средних торговых предприятий и их предпринимательские инициативы серьезно стимулируют развитие внутреннего производства. Для обеспечения устойчивого роста внутреннего производства требуется как стимулирование внутреннего спроса, так и максимальное расширение всех возможных каналов розничного сбыта. Вторая задача выполняется построением многоформатной розничной торговли, когда производитель независимо от своего размера может воспользоваться разными возможностями сбыта. Также необходимо учитывать специфику потребительского поведения в России, особенно в части покупок продуктов питания. Согласно исследованию, проведенному Минпромторгом России, около 60% российских потребителей покупают продукты питания каждый день либо раз в два дня. Такая частота покупок им наиболее комфортна. С одной стороны, это дает уникальный шанс развитию местного сельскохозяйственного производства и производства свежих продуктов питания, так как потребитель с такой частотой покупок желает приобретать самый свежий товар, а не совершать закупки продуктов с длительными сроками хранения впрок. С другой стороны, инфраструктура розничной торговли должна быть приспособлена для обеспечения комфорта повседневных покупок продуктов питания.

В последние годы в России наблюдается рост общего количества торговых объектов, как в продовольственной, так и в непродовольственной розничной торговле. Динамика роста в целом невысока (1,0-3,6% в год), хотя отмечается более активное увеличение площадей сетевых форматов торговли, супермаркетов и дискаунтеров.<sup>1</sup> В то же время отдаленные и труднодоступные территории Российской Федерации зачастую испытывают острый дефицит торговых объектов (вплоть до полного их отсутствия). Согласно результатам

---

<sup>1</sup> По данным Министерства промышленности и торговли России [электронный ресурс] URL: <http://minpromtorg.gov.ru/>

анализа развития торговли, в Российской Федерации и зарубежных странах российская розничная торговля демонстрирует существенное отставание от развитых государств Европы по обеспеченности торговыми площадями, а также по доле дистанционной торговли в общем обороте торговли. В связи с этим, необходимо уделить особое внимание дистанционной торговле, которая в некоторых случаях является единственной возможностью удовлетворить спрос современного потребителя. Следует также рассмотреть адекватные меры государственной поддержки торговой деятельности в таких регионах.

Для обеспечения эффективной реализации настоящей Стратегии Минпромторгом России ежегодно проводится мониторинг выполнения мероприятий, предусмотренных Стратегией в соответствии с планом мероприятий, и достижения целевых индикаторов (показателей) в соответствии с таблицей 4.

Таблица 4

Целевые индикаторы стратегии развития торговли<sup>1</sup>

Целевой индикатор (розничная торговля)	Значения					
	Фактические		Целевые			
	2012 г.	2013 г.	2015 г.	2016 г.	2018 г.	2020 г.
Количество хозяйствующих субъектов, фактически действующих в сфере розничной торговли, тыс.ед.:						
Организаций	263	244	250	280	300	330
Индивидуальных предпринимателей	1228	1150	1200	1300	1300	1400
Количество стационарных торговых объектов всех форматов	697	712	750	800	830	900
Обеспеченность населения площадью торговых объектов, дифференцированная по различным форматам, кв. м на 1 000 человек	600	643	680	740	760	820
Количество нестационарных и мобильных торговых объектов	194	191	200	230	240	260
Количество мест на ярмарках	396	520	600	700	800	1000
Доля интернет-торговли, %		1,5	2,5	3,5	4	6

<sup>1</sup> Приказ Министерства промышленности и торговли РФ от 25 декабря 2014 г. N 2733 "Об утверждении Стратегии развития торговли в Российской Федерации на 2015-2016 годы и период до 2020 года"

Динамика инвестиций в основной капитал в сфере розничной торговли на конец года, в % к предыдущему году	149,9	110,7	>90	>110	>110	>110
---	-------	-------	-----	------	------	------

Несмотря на то, что за последние два года розничной торговле пришлось столкнуться с разнообразными конъюнктурными шоками, можно с большой долей надежды предположить, что сегмент все-таки оттолкнулся от «дна». Тем не менее, преобладающее воздействие негативных конъюнктурообразующих факторов не дает надежды на быстрый перелом ситуации.

Подводя итоги, перечислим основные тенденции развития розничной торговли в 2014-2016 гг.:

- рост удельного веса продовольственных товаров в структуре оборота розничной торговли.
- увеличение доли низшего ценового сегмента за счет перераспределения покупателей из среднего и высшего сегментов на фоне общего снижения покупательской способности.
- усиление рыночной концентрации. Крупные игроки рынка активно инвестируют в развитие и усиливают свои позиции за счет поглощения региональных сетей.
- крупные торговые сети стремятся диверсифицировать форматы торговых площадей, чтобы оптимизировать издержки и охватить ещё больше категорий покупателей.
- в связи с обострением конкуренции в крупных городах развитие ритейла направлено в сторону регионов, где все ещё ощущается дефицит торговых объектов. Этому также способствует государственная политика в сфере торговли.

Таким образом, потребительский рынок остается одним из наиболее устойчивых к рискам экономического развития секторов отечественной экономики. Торговая отрасль продолжает оставаться лидером по обеспечению занятости населения. Это лишь «подчеркивает» значимость сектора розничной торговли для страны и общества в целом и указывает на необходимость

государственной поддержки и финансовой помощи в целях развития в сложившейся неблагоприятной макроэкономической ситуации.

Список использованных источников:

1. Приказ Министерства промышленности и торговли РФ от 25 декабря 2014 г. № 2733 «Об утверждении Стратегии развития торговли в Российской Федерации на 2015-2016 годы и период до 2020 года»
2. По данным Института статистических исследований и экономики знаний [электронный ресурс] URL: <https://issek.hse.ru/>
3. По данным Министерства промышленности и торговли России [электронный ресурс] URL: <http://minpromtorg.gov.ru/>
4. По данным Министерства экономического развития РФ: макроэкономика [электронный ресурс] URL: <http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/macro/>
5. По данным Федеральной службы государственной статистики: предпринимательство: розничная торговля [электронный ресурс] URL: <http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstatmain/rosstat/ru/statistics/enterprise/retail/>
6. По данным Центрального банка РФ: статистика [электронный ресурс] URL: <http://www.cbr.ru/statistics/>