

## ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ И СЕТЕВЫХ СТРУКТУР В ОРЕНБУРГСКОЙ ОБЛАСТИ

© 2014 Н.В. Скузоватова\*

**Ключевые слова:** розничная торговля, торговая сеть, современные форматы торговли, Оренбургская область.

Рассмотрены особенности розничной торговли в Оренбургской области, определены тенденции развития сетевых структур и современных торговых форматов.

За последние десятилетия в сфере торговли происходят серьезные перемены, связанные с процессами глобализации: товары, деньги, рабочая сила курсируют с континента на континент, все это, в свою очередь, влияет и на развитие экономических показателей отрасли, а также на качество жизни людей в обществе. Перечисленные условия повлияли на активное развитие сетевых форм организации торговых структур в Российской Федерации. Отличительной чертой сетевого ритейла в России является экспансия в ее регионы иностранных торговых сетей, сетей федерального масштаба, в связи с чем многие аспекты становления сетевых форм торговли нуждаются в исследовании. В качестве объекта наблюдения автором была выбрана ситуация в сфере розничной торговли Оренбургской области, отражающая общие тенденции, характерные для всех российских предприятий торговли. При этом имеется и специфика в виде экономических условий, протекающих социальных и демократических процессов, географического расположения, транспортной доступности, особенностей управления товарными ресурсами и т.д. Оренбургская область как приграничная территория, расположенная вблизи границы с Казахстаном, является связующим звеном между Европой и Азией и издавна славилась своими торговыми отношениями. В настоящее время торговыми партнерами Оренбургской области являются свыше 80 стран.

Сфера торговли в Оренбургской области приобретает все более цивилизованную форму. Это связано прежде всего со стабильным развитием потребительского рынка, с ростом капиталов, денежных доходов потреби-

телей, с изменениями в области законодательства, в вопросах ужесточения контроля за сферой розничной торговли со стороны органов власти.

В Оренбургской области сфера торговли является достаточно привлекательной и активно развивается. По официальным данным, на эту сферу приходится до 14,9% занятых. В последнее время она играет все большую роль, внося существенный вклад в валовой региональный продукт. Доля торговли в валовом региональном продукте Оренбургской области по субъектам Приволжского федерального округа в 2012 г. составила 7,9%<sup>1</sup>.

Оборот розничной торговли в Оренбургской области за 2009-2012 гг. имеет устойчивый рост как в товарном эквиваленте, так и в денежном объеме, хотя он значительно меньше среднероссийских показателей. (табл. 1).

Согласно данным, представленным в табл. 1, можно сделать вывод о том, что оборот розничной торговли имеет устойчивую динамику роста. При этом увеличивается обеспеченность жителей области торговой площадью, которая приблизилась к номинальному значению в 466 м<sup>2</sup> на 1000 жителей. Следовательно, развитие сферы розничной торговли в Оренбургской области имеет достаточно неплохие результаты.

Стабильный рост числа торговых объектов и торговой площади обеспечивает большую географическую доступность товаров и услуг населению Оренбургской области, а уровень обеспеченности товарами потребителей является индикатором, отражающим качество жизни в области. Между тем в числе лидеров по

\* Скузоватова Наталья Владимировна, ст. преподаватель Оренбургского государственного института менеджмента. E-mail: skuzovatova\_1983@mail.ru.

Таблица 1

Показатели розничной торговли в Оренбургской области

Показатель	Годы			
	2009	2010	2011	2012
Оборот розничной торговли, в действующих ценах, млрд руб.	136 473,4	157 681,8	187 098,8	214 089,8
В сопоставимых ценах: к предыдущему году, %	99,7	108,7	109,1	109,1
на душу населения, руб.	66 796	77 418	92 277	105 992
Доля продаж продовольственных товаров, %	45,6	45,7	45,2	44,1
Доля продаж непродовольственных товаров, %	54,4	54,3	54,8	55,9
Оборот розничной торговли на душу населения, руб.	70 456	77 557	92 276	100 833
Обеспеченность торговой площадью на 1000 жителей, м <sup>2</sup>	440,1	457	460	465

обороту розничной торговли за 2012 г. среди районов Оренбургской области можно выделить: г. Оренбург - 138 534,9 млн руб., г. Орск - 21 988,7 млн руб., г. Бузулук - 8540 млн руб., г. Бугуруслан - 4480,9 млн руб., Оренбургский район - 3707,3 млн руб. и др.<sup>2</sup>

Среди областей по Приволжскому федеральному округу Оренбургская область занимает не последнее место (рис. 1).

Данная схема удачно иллюстрирует тот факт, что Оренбургская область по обороту розничной торговли находится на 7-м месте среди регионов Приволжского федерального округа.

Достаточно большой вклад в развитие розничной торговли Оренбургской области вносит малый бизнес. Субъекты малого предпринимательства в 2012 г. сформировали 69,1% всего оборота розничной торговли (рис. 2).

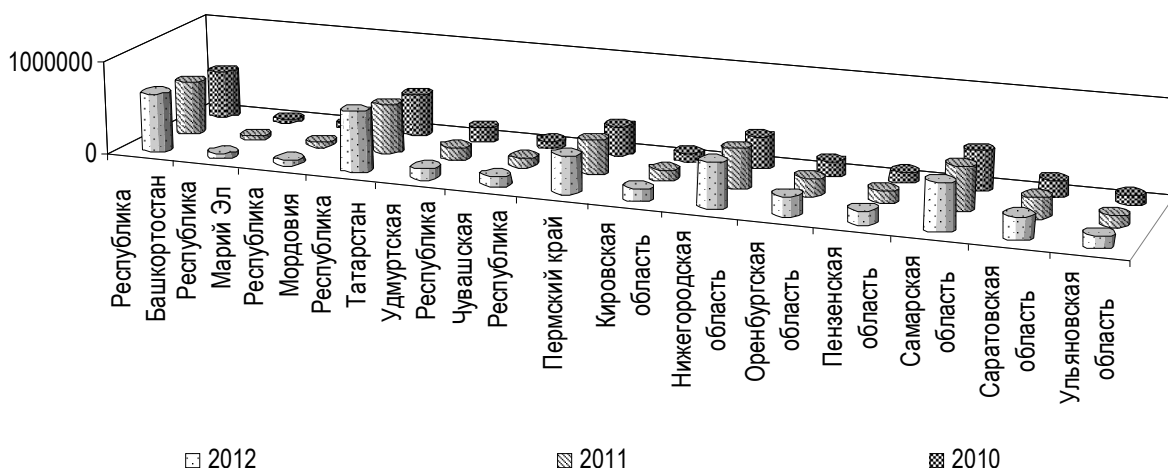
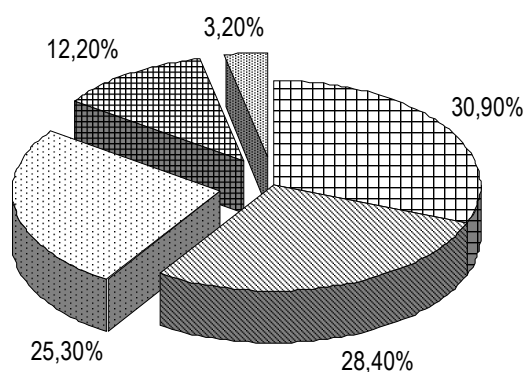


Рис. 1. Оборот розничной торговли в Приволжском федеральном округе



- Организации, не относящиеся к субъектам малого и среднего предпринимательства
- ▨ Индивидуальные предприниматели, осуществляющие деятельность вне рынка
- ▤ Малые предприятия, включая микропредприятия
- ▣ Продажа товаров на розничных рынках и ярмарках
- ▧ Субъекты среднего предпринимательства

Рис. 2. Структура оборота розничной торговли по хозяйствующим субъектам Оренбургской области в 2012 г.

Исследуя особенности розничной торговли в Оренбургской области, можно выделить несколько основных каналов продажи товаров, к числу которых следует отнести розничные торговые сети, рынки (смешанные, продовольственные, вещевые и т.д.), ярмарки, сферу общественного питания и др. Согласно опубликованным данным, по состоянию на 2013 г. в Оренбургской области функционируют 29 розничных рынков и 55 постоянно действующих ярмарок, располагающих более чем 19,0 тыс. торговых мест (розничные рынки - 9,9 тыс. и ярмарки - 9,1 тыс.). Из 29 розничных рынков действуют 13 универсальных и 16 специализированных, в том числе 1 продовольственный, 2 непродовольственных, 11 сельскохозяйственных, 2 сельскохозяйственных кооперативных<sup>3</sup>.

Между тем, можно отметить, что с каждым годом наблюдается значительное снижение доли розничного товарооборота на розничных рынках и ярмарках (2002 г. - 9352,7 млн руб., 2012 г. - 26 047,2 млн руб., что составляет 12,2% всего розничного оборота), отличаются сокращение их по количеству, их универсализация, тогда как оборот розничной торговли торговых организаций вне рынка составил в 2012 г. 188 042,6 млрд руб. (что составляет 87,8% всего розничного оборота области).

По индексам потребительских цен на товары и услуги в субъектах Приволжского федерального округа Оренбургская область, согласно данным 2013 г., занимает 2-е место (101,4% по сравнению с аналогичным периодом 2012 г.)<sup>4</sup>. Многие рынки закрылись или были преобразованы в торговые центры, комплексы или супермаркеты, что приближает сферу розничной торговли в Оренбургской области к современным форматам торговли.

Вместе с тем, можно отметить, что развитие современных форматов торговли (гипермаркеты, супермаркеты и др.) на территории Оренбургской области неоднородно. Наиболее динамично сфера торговли развивается в областном центре - в г. Оренбурге, небольшой рост формирования современной торговли можно увидеть в районных центрах, а вот в сельских глубинках этого нет.

Согласно статистическим данным<sup>5</sup>, по состоянию на 2013 г. в области работало 9970 магазинов с торговой площадью более 1 млн м<sup>2</sup>. Обеспеченность населения торговыми площадя-

ми на 1000 жителей увеличилась по сравнению с 2011 г. на 1,1% и составила 462 м<sup>2</sup> при установленном областном нормативе 443 м<sup>2</sup>.

По данным правительства Оренбургской области, в структуре розничной торговли наибольшая активность отмечается в деятельности розничных сетевых компаний, которых на территории Оренбургской области насчитывается более чем 500. Так, региональные и федеральные торговые сети формируют новую нишу на потребительском рынке области. По отраслевой инфраструктуре Оренбургская область представлена предприятиями разных современных форматов - гипермаркетами, супер- и минимаркетами, дискаунтерами, торгово-развлекательными комплексами, торговыми центрами и т.д. Наряду с небольшими предприятиями розничной торговли, расположенными в городских микрорайонах и сельской местности, функционируют торговые сетевые предприятия. В 2013 г. удельный вес сетевых структур в общем объеме оборота розничной торговли Оренбургской области составил 16,5%. Среди наиболее известных сетевых компаний можно выделить 1 транснациональное торговое предприятие (ООО "Metro Cash&Carry"), 66 сетей федерального значения ("Магнит", "Лента", "Карусель", "Полушка", "М. Видео", "Эльдорадо", "Евросеть", "Юничел" и др.), 293 областных предприятия ("Соседдушка", "Клондайк", "Ринг", "Городской торг", "Бытовая техника", "Офелия", "Фаренгейт", "Гольфстрим" и др.)<sup>6</sup>.

Немаловажным условием развития торговли является наличие инфраструктуры. В Оренбурге с 2008 г. наблюдается стремительный рост строительства торговых комплексов. К числу крупнейших ТРЦ и ТРК Оренбургской области можно отнести региональный торговый центр "Армада"; ТРЦ "Кит капитал", "Metro", ТРЦ "Территория" и т.д. (табл. 2).

В крупных торговых центрах г. Оренбурга отношение сетевого к несетевому ритейлу обычно составляет не менее 60% к 40%, также активно развивается стрит-ритейл. Как видно из табл. 3, в каждой категории товаров и услуг широко представлены федеральные ритейлеры, кроме того, на рынке действует ряд сильных региональных игроков. Также можно наблюдать открытие новых форматов магазинов (например, гипермарке-

Таблица 2

Данные по основным торговым центрам Оренбургской области

Торговый дом	Открытие	Площадь, тыс. м <sup>2</sup>	Якорные арендаторы
"Армада"	2008 г.	186	"Лента", "М. Видео", "Детский мир", "Спортмастер", "Кинофреш", "Хоум центр", "Крейзи Парк" и др.
"Гуливер"	2007 г.	70,8	"Карусель", "Media Markt", "Спортмастер", "Уютterra" и др.
"Север"	2009 г.	63	"Магнит", "Дочки & Сыночки", "Спортмастер", "М. Видео", "Снежная королева", "Леонардо" и т.д.
"Три Мартышки"	2010 г.	20	"Чудо-Юдо", "Сельпо" и др.
"Новый мир"	2009 г.	22	"Соседдушка", "М. Видео", "Чудо-Юдо" и др.
ТС "Центр"	2005 г. (реконцепция)	5	"Westland", "Glans", "Рив Гош", "ЦентрОбувь" и др.
"Восход"	2004 г. (реконцепция)	3,4	"Mexx", "Sella", "Beneton" и др.
"Успех"	2004 г. (реконцепция)	4	"Рив Гош", "Читай город", "Inciti" и др.

тов, супермаркетов, дискаунтеров, каскетов, магазинов у дома, специализированных и фирменных магазинов и др.) В целом торговый облик г. Оренбурга как областного центра стал более привлекательным. Как уже было отмечено, современные форматы торговли меняются не только по количеству, но и по универсальности.

По данным исследования было определено, что общее количество сетевых федеральных и региональных операторов по категориям насчитывает более 156 компаний, и этот список постоянно растет. Многие компании используют в своей деятельности франчайзинг - менее рискованный вариант ведения бизнеса. Благодаря условиям франчайзинга в Оренбургской области стали доступными как иностран-

ные, так и отечественные бренды: "Спортмастер", "Дочки & Сыночки", "Sella", "Elis", "Lee" и т.д. Между тем, многие торговые сети, расположенные на территории Оренбургской области, стремятся продавать универсальный ассортимент, о чем свидетельствует рис. 3, на котором отражена структура ассортимента сетевого ритейла в Оренбургской области по категориям товаров<sup>7</sup>.

В Оренбургской области сетевая розница, несмотря на свой достаточно бурный рост, значительно отстает от современных требований и трендов. Отсталость наблюдается вследствие неразвитости инфраструктуры потребительского рынка, недостатка инвестиций для одновременного развития оптовой торговли и сетевой розницы, а также низко-

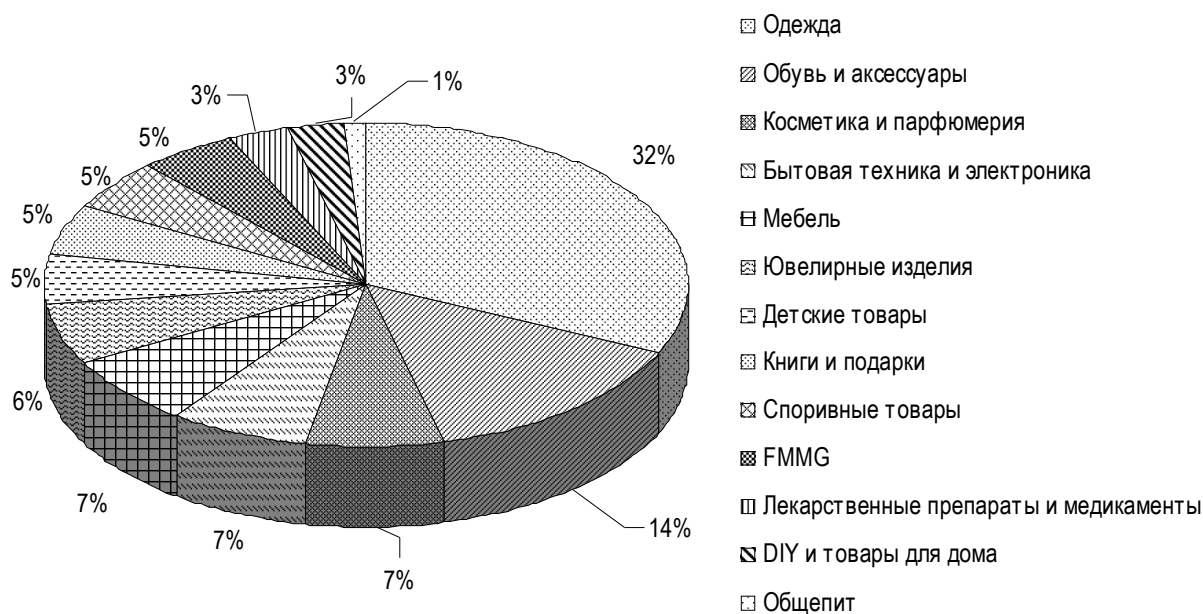


Рис. 3. Данные по структуре ассортимента розничных торговых сетей по Оренбургской области за 2013 г.

Характеристики сетевого ритейла Оренбургской области

Категория товаров	Региональные сети	Федеральные сети
FMGG - товары повседневного спроса	"Соседдушка", "Полушка", "Ринг", "Копейка", "Клондайк", "Сам", "Русский градус", "Эконом"	"Магнит", "Ароматный мир", "Метро Cash&Carry", "Лента", "Карусель", "Столичный"
БТиЭ - бытовая техника и электроника	"Галактика", "База-25", "Бытовая техника"	"Техносила", "Эльдорадо", "М.Видео", "DNS", "Media Markt", "Белый ветер", "Цифровой", "Евросеть", "Корпорация Центр", "Позитроника", "Связной", "Эксперт", "Диксис"
Обувь и аксессуары	"Юничел"	"Alba", "Karlo Pfolini", "Centro", "Potis&Verso", "Co&Beauty", "Terivolina", "ЦентрОбувь", "Lady Collection", "Doman", "Ecco", "Marmalato", "Svetsci", "Masscott", "Selena", "Paolo Conte", "Obuv.com", "Терволина", "Вестфалика", "Империя сумок"
Одежда	"Оранжевич", "Симпатия"	"Снежная королева", "Incanto", "Incity", "Intimissimi", "Froggy", "House", "Celio", "Adilisik", "Befree", "Bershka", "Benetton", "Calzedonia", "Concept Clab", "Collin's", "Finn Flare", "Glance", "Glenfield", "Gloria Jeans&Gee Jay", "Kanzler", "Cropptown", "Secret", "LC Waikiki", "Love Republic", "Mango", "LTB", "Motivi", "New Yorker", "Naf Naf", "Oysho", "Ostin", "Pull&Bear", "People", "Pull& Bear", "Reserved", "Sela", "Springfield", "Silver-String", "Stradivarius", "Tom Farr", "Terranova", "Tom Tailor", "Westland", "VIS-A-VIS", "Women", "Secret", "YNG", "Woolstreet", "Zolla", "Zarina", "Zara".
Детские товары	"Чудо-Юдо"	"Буду Мамой", "Детский Мир", "Дочки & Сыночки", "Котофей", "New Form", "Gulliver", "Rikki-Tikki", "Orby"
Парфюмерия и косметика	"Грошь цена", "Магнат", "Империя чистоты"	"ParfumBar", "Fresh Line", "Л.Этуаль", "Yves Rocher", "Stenders", "Рив Гош"
Ювелирные изделия		"585", "Алмаз Холдинг", "Владимир Михайлов", "Линии Любви", "Московский ювелирный завод", "Наше золото", "Jolie", "Swarovski", "Nominetion"
Книги и подарки	-	"Буква", "Календарь подарков", "Мир Книги", "Красный Куб", "Читай Город", "Книжный Лабиринт", "Экспедиция", "Le Futur"
Мебель	"Фаренгейт", "Офелия", "Интерьер"	"Дятьково", "Европрестиж", "Меббери", "Фабрика мебели 8 марта", "Столплит", "Формула дивана", "Шатура мебель", "Ангстрем", "Family Room", "Lorena"
Спорт		"Триал-Спорт", "Спортмастер", "Чемпион", "Adidas", "Originals", "Reebok", "Nike"
DIY и товары для дома	"Стройландия"	"Селдом", "Ларес", "Хоум Центр", "Уюттерра"
Лекарственные препараты и медикаменты	"Оренлек"	"Здоровые люди", "Леко", "36.6", "Фармакор", "Имплозия"
Общепит		"Баскин Роббинс", "Макдоналдс"

го уровня бизнес-технологий и развития логистики (нехватка современных складских комплексов, плохое состояние дорог, низкая обеспеченность транспортом и т.д.). Можно отметить, что достаточно бурные изменения происходят в областном центре, тогда как в сельских и муниципальных районах Оренбургской области развития сетевой торговли и современных форматов торговли практически нет. Наблюдая за ситуацией по развитию розничной торговли в Оренбургской облас-

ти, мы видим необходимость использования дифференцированного подхода к размещению типов торговых объектов. Торговая сеть области должна быть как единая социально-экономическая система, включающая в себя подсистемы - схемы с подробной характеристикой торговых объектов областного центра, районного значения, сельского значения. К объектам, которые могут быть рекомендованы к размещению в областном центре, - это самые разнообразные форматы торгов-

ли: гипермаркеты, супермаркеты, магазины - склады, драгсторы, дискаунтеры, торгово-развлекательные центры и т.д. К торговым форматам районного значения можно отнести несколько основных: универсамы, мини-маркеты, дискаунтеры, специализированные магазины и т.д. К объектам торговли современного формата сельского значения можно причислить дискаунтеры, мини-маркеты, магазины у дома, специализированные магазины, причем предприятия потребительской кооперации могут выступать здесь в качестве ведущей организации по обслуживанию сельского населения.

Полагаем, что к наиболее перспективной форме торговых форматов можно отнести все же торговые сети, так как именно они имеют большее количество преимуществ за счет эффекта масштаба.

Мы считаем, что для повышения эффективности управления в сфере торговли, активного развития торговых сетей в Оренбургской области и в России в целом необходимо сделать доступной информацию об инфраструктуре потребительского рынка Оренбургской области. Для этого целесообразно вести автоматизированный реестр объектов потребительского рынка Оренбургской области, который, по нашему мнению, положительно повлияет на развитие розничной торговли, в том числе торговых сетей и других современных форматов торговли.

Обозначим ряд основных факторов, способствовавших приросту оборота розничной торговли в Оренбургской области: формирование цивилизованного рынка товаров и услуг; изменения потребительских предпочтений; увеличение доходов населения; развитие малого бизнеса; сокращение звенности товародвижения, ведущее к снижению затрат времени и финансов на поставку товаров; усиление контроля за исполнением нормативных правовых актов в сфере потребительского рынка и т.д.

Мы убеждены в том, что в Оренбургской области необходимы интегрированные связи

бизнес-структур, при этом приоритет должен быть отдан региональным сетям, так как именно они способны в большей степени развивать область, защищать ее от вторжения глобальных торговых сетей, обеспечивая при этом продовольственную безопасность региона.

Итак, подводя итог исследованию состояния розничной торговли в Оренбургской области, можно отметить достаточно бурное развитие данной сферы, при этом наблюдаются процессы глобализации, включающие в себя внедрение торговых структур различного формата, современной инфраструктуры: "Важнейшим фактором, способствующим укреплению рыночных позиций компании, становится обслуживание клиентов, дифференцированное по уровням качества"<sup>8</sup>. Оренбургская область, как уже было отмечено ранее, находится на 50-м месте по уровню развития сетевой торговли среди субъектов Российской Федерации, т.е. сетевые технологии розничного бизнеса применяются в недостаточном объеме, это связано прежде всего с недостатком крупных инвестиций, низкой платежеспособностью населения, неразвитостью логистики и т.д. В целом можно выделить в качестве направлений исследования в будущем совершенствование логистической составляющей в деятельности современных форматов торговли, их развитие на региональном уровне.

<sup>1</sup> Торговля в Оренбургской области : стат. сб. Оренбург, 2013. С. 9-26, 109.

<sup>2</sup> Рассчитано автором по указ. источнику. С. 28-30, 102.

<sup>3</sup> Портал "Оренбуржье 2013". URL: <http://www.orenburg-gov.ru/magnoliaPublic/regportal/Info/Economics/Consumers.html>.

<sup>4</sup> Там же.

<sup>5</sup> Торговля в Оренбургской области.

<sup>6</sup> URL: <http://www.orinfo.ru/66196/torgovaya-otrasl-samaya-pribylnaya-v-oblasti-posle-dobychi-poleznykh-iskopaemykh>

<sup>7</sup> Данные ShopAndMall.Ru (URL: <http://www.shopandmall.ru/analyt.php> 2013 г.).

<sup>8</sup> Кириллова Л.К. Глобальная конкуренция как фактор трансформации логистических решений // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2014. № 3.

*Поступила в редакцию 19.12.2013 г.*