

Анализ конкурентоспособности

УДК 338.012

РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ РОССИИ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Ольга Владимировна Чкалова,
доктор экономических наук, профессор,
заведующая кафедрой коммерческой деятельности
в торговле и общественном питании,
Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского,
Нижний Новгород, Российская Федерация
ochkalova@fup.unn.ru

Ксения Андреевна Наливайко,
студентка института экономики и предпринимательства,
Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского,
Нижний Новгород, Российская Федерация
ksenya_dom@mail.ru

Предмет/тема. Статья посвящена вопросам развития розничной торговли на российском рынке. Актуальность темы исследования обусловлена ухудшением социально-экономической ситуации в стране, что может изменить привычные положительные тренды развития и привести к стагнации торговли, что уже происходит в ряде стран мира.

Цели/задачи. Целью исследования является анализ развития розничной торговли для разработки механизмов ее эффективного развития.

Методология. На основе общелогических методов исследования данных Росстата, Минэкономразвития России, ведущих рейтинговых и информационных агентств, исследований отечественных ученых определены тенденции, проблемы и перспективы развития российского рынка розничной торговли.

Результаты. Установлено, что в 2014 г. розничная торговля продолжает оставаться одним из динамично развивающихся секторов экономики и основным источником формирования ВВП. На основе анализа показателей, характеризующих развитие конкуренции в сегменте торговли товарами повседневного спроса за 2014 г., показано, что уровень конкуренции увели-

чивается за счет развития новых сетевых структур федерального и международного уровней. Определено, что Россия занимает лидирующие позиции среди европейских стран по числу международных сетей, выявлена неоднородность их присутствия в разных городах России. Показано, что российская торговля лидирует по обороту розничной торговли среди европейских стран, но по насыщенности торговыми площадями находится на одном из последних мест, что говорит об имеющемся потенциале для развития торговли.

Выводы/значимость. Использование результатов исследования может служить основой для разработки механизмов эффективного развития розничной торговли.

Ключевые слова: развитие розничной торговли, консолидация и конкуренция розничного рынка, международные и федеральные сети

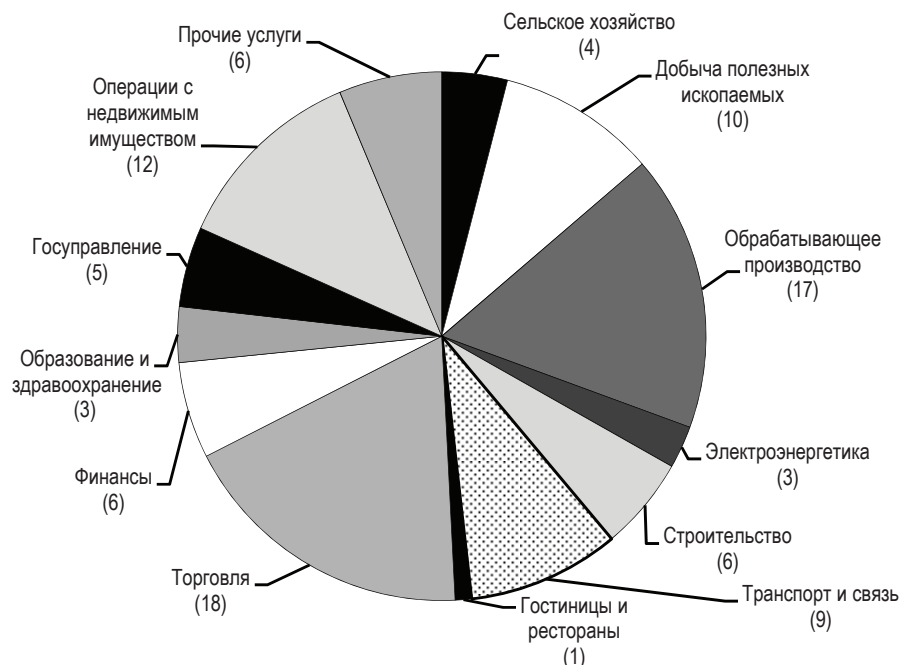
Розничная торговля в России за короткий период переросла из промежуточного звена в цепочке товародвижения в ведущий сектор экономики, оказывающий доминирующее влияние на развитие

Таблица 1

**Индексы роста видов экономической деятельности
в январе – апреле 2014 г. по отношению к январю – апрелю 2013 г., %**

Вид экономической деятельности	Рост
Промышленность	101,4
Сельское хозяйство	101,3
Транспорт	101,1
Связь	101,8
Розничная торговля	103,3
Платные услуги населению	100,9

Источник: Национальное рейтинговое агентство. URL: www.ra-national.ru/uploads/rusfilesanalyticfile_review24.pdf.



Источник: данные Росстата.

Рис. 1. Структура валовой добавленной стоимости в России в 2014 г., %

всех социально-экономических процессов. В связи с этим розничная торговля как ведущая составляющая национальной экономики является объектом пристального внимания ученых-экономистов, изучающих закономерности и тренды ее развития.

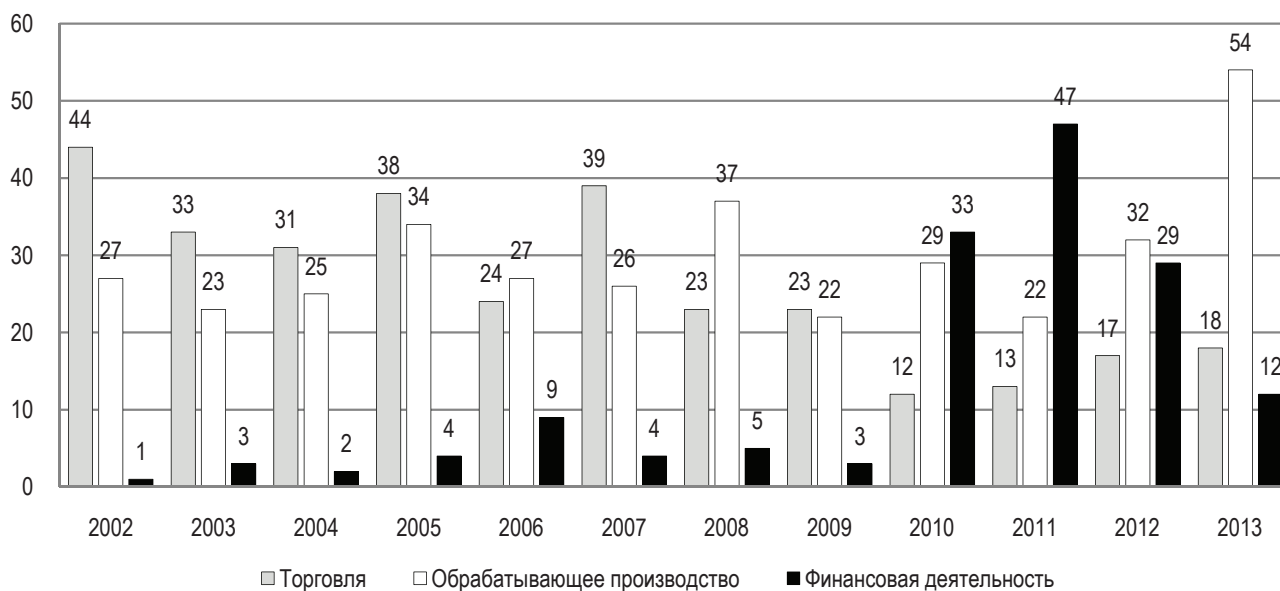
Целью авторского исследования являлось выявление изменений в розничной торговле, которые произошли в результате ухудшения экономической ситуации в стране за последние годы. Снижение заработной платы привело к уменьшению товарооборота, что в свою очередь может привести к замедлению темпов развития торговых сетей. Проверим данную гипотезу на практике.

За 2009–2012 гг. совокупный среднегодовой темп роста розничной магазинной торговли в России составил 13,5% (для сравнения: в США – 6,3%). В 2012 г. Россия стала лидером по обороту розничной торговли в Европе (509,5 млрд евро), оставив

за собой Францию (418,2 млрд евро), Германию (410,1 млрд евро), Великобританию (377,6 млрд евро), Италию (253,1 млрд евро)¹. С 2013 г. неблагоприятные тренды в социально-экономическом развитии страны замедлили развитие розничной торговли. Темп роста розничного товарооборота в 2013 г. составил 3,9%, в 2014 г. – 3,5%. Но при этом розничная торговля показывает более высокие темпы роста по сравнению с другими видами экономической деятельности (табл. 1).

Несмотря на снижение роста товарооборота в 2014 г., торговля продолжает оставаться одним из самых значимых секторов экономики, вклад которой в ВВП страны составил 18,3% (рис. 1).

¹ Аналитический отчет компании Accenture. Мега-аналитика: покупатель 2013–2015 URL: <http://www.accenture.com/SiteCollectionDocuments/PDF/Accenture-Mega-Analytics-Consumer-2013-russian.pdf>.



Источник: Пономарева И.В. Иностранные инвестиции в экономике России: динамика, анализ, проблемы // Молодой ученый. 2014. № 12. С. 169–174.

Рис. 2. Виды экономической деятельности – лидеры по доле иностранных инвестиций в 2002–2013 гг. (от объема всех иностранных инвестиций в Россию), %

Согласно исследованиям международной консалтинговой компании A.T.Kearney в 2013 г. Россия поднялась с 23-го на 12-е место в мировом рейтинге стран, наиболее перспективных для инвестиций в розничную торговлю².

В рейтинге среди российских секторов экономики по привлеченным иностранным инвестициям торговля до 2009 г. сохраняла лидирующие позиции. С 2010 г. она занимает по этому показателю третье место после обрабатывающих производств и финансовой деятельности (рис. 2).

Розничная торговля демонстрирует высокие темпы роста за счет строительства новых современных торговых центров и моллов. В 2014 г. были открыты следующие торговые центры: «Аркада» в Уфе (45 000 м²), «Галерея» в Новосибирске (52 000 м²), «Гринвич» в Екатеринбурге (72 400 м²), «Амбар» в Самаре (90 000 м²). В Москве было введено в эксплуатацию рекордное количество торговых площадей – 14 торговых центров совокупной арендопригодной площадью 684,4 тыс. м², в результате чего на 1 000 жителей столицы теперь приходится 400 м² качественных торговых площадей против 343 м² в 2013 г. Показатель по Санкт-Петербургу также вырос, но не так существенно – 446 м² на 1 000 жителей в 2014 г. против 422 м² на 1 000 жителей в 2013 г. Всего в

регионах России (без учета Москвы) в 2014 г. всего было введено в строй 32 торговых центра в 1,2 млн м² совокупной арендопригодной площади³.

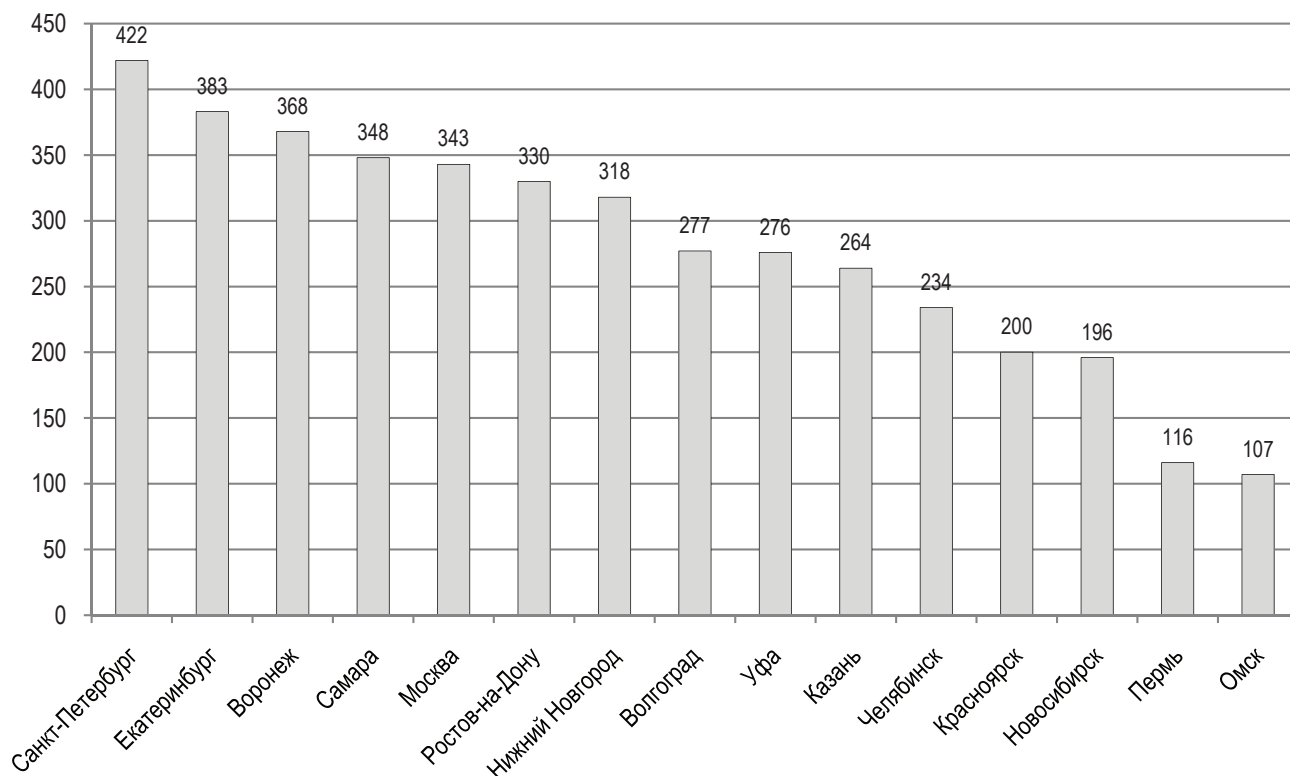
Первое место по обеспеченности торговыми площадями занимает Санкт-Петербург (422 м² на 1 000 жителей), Москва занимает пятое место (343 м² на 1 000 жителей) (рис. 3). Но, несмотря на это, Москва занимает второе место после Санкт-Петербурга по обеспеченности так называемыми качественными площадями. К качественным торговым площадям аналитики и эксперты относят торговые площади в моллах, торговых центрах, гипермаркетах и других современных форматах.

В 2014 г. в Москве зафиксирован максимальный показатель объема нового предложения торговых площадей: 16 торговых центров суммарной арендной площадью более 750 000 м², что на 14% превысило предыдущее рекордное значение 2009 г. Более трети нового предложения обеспечено открытием двух самых современных торговых центров в Европе: торгово-развлекательного центра «Vegas Крокус Сити» и «Авиапарк».

Показатели совокупного предложения новых торговых площадей в городах Европы в минувшем году представлены в табл. 2.

² Исследование инновационных тенденций сектора в рамках 18-го ежегодного отчета «Мировой сектор розничной торговли» URL: <http://www.investkz.com/articles/9005.html>.

³ Новостной портал FashionUnited.ru. В 2014 году было открыто 32 торговых центра. URL: <https://fashionunited.ru/novostee/reetyeil/>.



Источник: Магазин магазинов. URL: <http://www.magazinmagazinov.ru/news/detail.php?ID=13253>

Рис. 3. Обеспеченность крупных городов России торговыми площадями (на 1 000 чел. населения), м²

Таблица 2
Совокупное предложение новых торговых площадей в городах Европы в 2014 г., тыс. м²

Город	Площадь
Москва	1 098
Киев	708
Санкт-Петербург	450
София	119
Братислава	55
Бухарест	35
Варшава	21
Будапешт	20
Белград	15
Прага	14
Загреб	14

Источник: Colliers International. URL: <http://rbcdaily.ru/market/562949988938243>.

Вместе с тем, если сравнивать с другими европейскими столицами, Москва отстает от многих по обеспеченности торговыми площадями. Обгоняют Москву Будапешт, Прага, Загреб, Афины и другие столицы европейских стран. Москва находится всего лишь на девятом месте, Санкт-Петербург – на шестом.

Значительный объем инвестиций в торговлю сопровождается ростом международных и федеральных операторов на российском рынке. За неполные 20 лет с момента вхождения первой международной компании «Рамстор» (1996 г., Турция) по итогам 2014 г. Россия заняла восьмое место в мире по доле присутствия крупных международных сетей (47%). Европейские розничные компании продолжают инвестировать в расширение своего присутствия в России. О своих планах увеличения доли на российском рынке в 2015 г. за счет открытия новых магазинов заявили ИКЕА (Швеция), Metro Cash & Carry, Media Markt (Германия), Auchan и Leroy Merlin (Франция).

Однако темпы роста международных брендов замедляются. В соответствии с исследованиями, проведенными компанией «Магазин магазинов», международные ритейлеры с 2013 г. начали снижать темпы активности на российском рынке, открыв гораздо меньше магазинов, чем ранее. Так, за 2014 г. открылось 920 магазинов против 1 075 в 2013 г. и 1 200 – в 2012 г.⁴ Тем не менее новые междуна-

⁴ Международные сети в России 2014. URL: <http://www.malls.ru/rus/analytics/mezhdunarodnye-seti-v-rossii-2014.shtml>.

Таблица 3

Рейтинг крупнейших городов России по присутствию международных брендов

Город	Количество брендов в 2014 г.	Доля от общего количества международных брендов в 2014 г., %	Рейтинг городов по количеству представленных брендов				Изменение рейтинга за 2011–2014 гг.
			2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	
Москва	430	90	1	1	1	1	0
Санкт-Петербург	237	50	2	2	2	2	0
Екатеринбург	178	37	3	3	3	3	0
Краснодар	152	32	5	4	4	4	1
Ростов-на-Дону	135	28	4	5	5	5	-1
Новосибирск	114	24	8	6	7	6	2
Нижний Новгород	110	23	7	7	6	7	0
Самара	107	22	9	8	8	8	1
Уфа	107	22	14	10	10	9	5
Казань	104	22	6	9	9	10	-4

Источник: Магазин магазинов. URL: <http://www.magazinmagazinov.ru/news/detail.php?ID=13809&>.

родные бренды продолжают осваивать российский рынок. В 2014 г. в Россию пришли 32 новые сети против 27 в 2013 г.

Рейтинг крупнейших городов России по присутствию международных брендов представлен в табл. 3.

Первые три позиции по представленности международных брендов традиционно занимают самые развитые рынки сетевой розницы: Москва, где представлено 90% от общего количества международных брендов, присутствующих в России, Санкт-Петербург (50%) и Екатеринбург (37%). В 2014 г. Москва заняла третье место после Лондона и Парижа в европейском рейтинге по числу международных операторов⁵.

Вместе с тем некоторые международные сети в условиях нестабильной экономической ситуации с 2014 г. уходят с российского рынка. Примером в сегменте одежды являются Seppala (Финляндия), New Look (Британия), Columbia (США), сегмента фаст фэшн – River Island (Великобритания), Espirit (США), сегмента общественного питания – Wendy's (США), Orkla Brands (Норвегия), производства автомобилей – Luxgen (Тайвань), Seat (Испания).

Неблагоприятная ситуация в розничной торговле наблюдается и в развитых странах мира. Так, в Великобритании на главных торговых улицах закрываются магазины. Интенсивность этого процесса выросла почти в три раза по сравнению с 2013 г. Исследование, проведенное компанией PwC, предлагающей профессиональные услуги в

области консалтинга и аудита, показало, что в 2014 г. закрылось 5 839 точек, что на 987 больше, чем в 2013 г. Причина кроется в развитии мобильных технологий и онлайн-продаж.

В условиях ухудшения социально-экономической ситуации многие федеральные российские сети выбирают стратегию роста, осваивают новые рынки и открывают новые магазины. К примеру, с января по сентябрь 2014 г. наибольшую активность в сегменте продовольственного ритейла проявила «Лента»: количество магазинов этой сети увеличилось относительно прошлого года на 19,5%. Вместе с тем агрессивную региональную экспансию продолжает «Тандер», который в течение 2014 г. открыл 1 618 новых магазинов (1 144 магазина у дома, 29 гипермаркетов, 51 магазин «Магнит семейный» и 394 магазина формата дрогери), тем самым увеличив общее число магазинов сети до 9 020. Ближайшие его конкуренты X5 Retail Group (на 30.09.2014) и «Дикси» (на 31.08.2014) имели 5 005 и 2 002 магазинов соответственно (табл. 4).

Показателем успешного развития отечественных торговых сетей является их конкурентоспособность на фоне мировых гигантов ритейла. Об этом свидетельствуют данные ежегодных исследований международной консалтинговой компания Deloitte. В рейтинге топ-250 крупных торговых сетей мира, по версии Deloitte, в 2013 г. (финансовый год, закончившийся в июне 2014 г.) присутствовали шесть российских торговых сетей: X5 Retail Group (сети «Пятерочка», «Перекресток», «Карусель»), «Магнит», «Дикси», «М.Видео», «О'кей», «Лента» (их позиции соответственно 55, 58, 166, 192, 196, 206). Две последние компании в этом рейтинге позиционируют впервые (табл. 5).

⁵ Аналитический отчет компании JLL. Destination Europe 2015 URL: <http://www.slideshare.net/Ikusmer/destination-europe-2015>.

Таблица 4

Количество магазинов крупнейших торговых продуктовых сетей России в 2010–2014 гг.

Сеть	2010	2011	2012	2013	2014
Магнит	4 055	2 309	6 884	8 499	9 020
X5 Retail Group	1 809	3 002	3 802	4 337	5 005
Дикси	646	1 119	1 499	1 899	2 002
Лента	39	42	56	77	96
О'кей	27	71	83	94	112

Источник: составлено авторами.

Таблица 5

Позиции отечественных торговых сетей в мировом рейтинге топ-250 в 2013–2014 гг.

Компания	Позиция в рейтинге Топ-250		Показатели за финансовый 2013 г. (закончился в июне 2014 г.) млн долл.	
	2013	2014	Выручка	Чистая прибыль
Магнит	87	55	18 197	1 118
X5 Retail Group	61	58	16 785	345
Дикси	–	166	5 628	96
М.Видео	240	192	4 657	180
Лента	–	196	4 539	223
О'кей	–	206	4 387	157

Источник: отчеты аналитической компании Deloitte. URL: www.deloitte.com/.

Наравне с крупнейшими игроками организованной розницы активно развиваются торговые сети, территориально представленные в рамках отдельных федеральных округов России. Одни из крупнейших межрегиональных компаний организованной продовольственной розницы ТС «Мария-РА» и ГК «Холидей» успешно действуют в Сибирском федеральном округе. В настоящее время торговая сеть «Мария-РА» насчитывает 676 магазинов у дома и супермаркетов в 186 населенных пунктах Алтайского края, Республики Алтай, Новосибирской, Томской и Кемеровской областей. Магазины ГК «Холидей» ориентированы на разные потребительские группы и представлены как гипермаркетами, супермаркетами, так и магазинами у дома, дискаунтерами. На счету компании 427 магазинов в Алтайском крае, Кемеровской, Новосибирской, Омской и Томской областях.

Российские сети продолжают развиваться не только в крупных городах с развитой инфраструктурой и высокой покупательной способностью населения, но и достигают районов, где сетевая торговля еще не развита. Торговая сеть «Магнит» уже начала осваивать рынок за Уралом. Первые магазины сети

появились в Сибирском федеральном округе еще в 2010 г. Свой первый распределительный центр X5 Retail Group планирует открыть в Тюменской области.

Однако не все федеральные сети развиваются эффективно, некоторые вынуждены уйти с рынка. К примеру, российская сеть магазинов отделочных материалов «Старик Хоттабыч» закрылась, не выдержав конкуренции с OBI, «Леруа Мерлен» и Castorama. Разорился и один из лидеров рынка бытовой электроники «Белый ветер цифровой». В конце 2014 г. две крупные российские сети бытовой техники «Техносила» и «Техношок» объединились в одну, которая продолжит работу под брендом «Техносила».

Уход с рынка неэффективных ритейлеров и усилия лидеров розничной торговли, нацеленные на удержание своих позиций в качестве таковых, ведут к консолидации торговли. Консолидация продовольственной розничной торговли в развитых странах достаточно высокая. Так, в Германии она составляет 80%, в США – 55%, в Швейцарии – 63%, в Португалии – 47%.

Проведем анализ консолидации рынка в России на примере сегмента FMCG (fast moving consumer goods – быстро оборачиваемые потребительские товары) за 2014 г. Для анализа использована информация из официальных финансовых отчетов, опубликованных на сайтах розничных сетей. Самыми крупными ритейлерами по объему товарооборота в 2014 г. являются «Магнит», X5 Retail Group, Auchan Group, «Дикси», «М.Видео», Metro Group, «Евросеть», «Лента», «О'кей», «Эльдорадо» (табл. 6).

Анализ показывает, что абсолютный лидер на рынке FMCG России отсутствует. Активная борьба за лидерство идет между двумя крупнейшими сетями – «Магнит» и X5 Retail Group, но вторая сеть отстает с небольшим отрывом, и при эффективных стратегических решениях ситуация может измениться. Такая же ситуация с ритейлером, который упрочит свои позиции на третьей строчке рейтинга.

Таблица 6

Показатели экономической концентрации сетевого ритейла FMCG в России в 2014 г.

Позиция сети	Компания	Бренд сети	Товарооборот, млрд руб.	Темп роста товарооборота к 2013 г., %	Доля товарооборота среди восьми крупнейших игроков	Доля рынка, %
1	ПАО «Магнит»	Магнит, Гипермаркет Магнит, Магнит Семейный, Магнит-косметик	762,7	31,6	29,1	6,2
2	X5 Retail Group	Карусель, Пятерочка, Перекресток, Перекресток-Экспресс, Перекресток Гипер	631,9	18,6	24,1	5,1
3	Auchan Group	Ашан, Ашан-сити, Наша Радуга, Ашан-сад	391	36	15	2,9
4	ГК «Дикси»	Дикси, Виктория, Квартал, Дешево, Кэш	227,1	26,9	8,7	1,8
5	Metro Group	METRO, METRO Punct,	201,24	9,8	7,7	1,6
6	ООО «Лента»	Лента	194	34,4	7,4	1,57
7	ГК «О'кей»	О'кей, О'кей-Экспресс	151,87	8,9	5,8	1,2
8	ГК «Мария-Ра»	Мария-Ра	57,6	14,3	2,2	0,46

Источник: составлено авторами.

В настоящее время на третьем месте французский оператор Auchan Group, на четвертом – российский оператор «Дикси». Торговая сеть «Дикси» демонстрирует высокие темпы роста (за последние два года «Дикси» открыла более 680 магазинов) и может занять третью строчку рейтинга.

Также ГК «Дикси» участвует в рейтингах РА «Эксперт» с 2004 г. (до 2004 г. – в «Эксперт-200»). За последние шесть лет успешной работы компания поднялась на 55 позиций вверх в рейтинге «Эксперт-400». С 2009 по 2014 г. компания поднялась на 39 позиций в рейтинге «Капитализация-200».

Рейтинг «Эксперт-400» анализирует показатели 400 крупнейших компаний по объемам реализации, темпам прироста и прибыли. Рейтинг «Капитализация-200» ранжирует крупнейшие компании по рыночной стоимости (табл. 7).

Наиболее распространенный и часто применяемый показатель для характеристики абсолютной концентрации – коэффициент рыночной концентрации CR . Этот показатель является обязательным для статистического мониторинга состояния рынка в большинстве промышленно развитых стран мира,

причем в разных странах рассчитываются доли разного числа предприятий. В США и Франции это доли 4, 8, 20, 50, 100 крупнейших компаний. В ФРГ, Великобритании, Канаде для подобных расчетов обычно берутся данные о трех, шести, десяти и более предприятиях в отрасли или данные о фирмах, функционирующих на рынке. В России этот показатель стал рассчитываться и публиковаться в официальной статистике с 1992 г. для трех CR_3 , четырех CR_4 , шести CR_6 , восьми CR_8 крупнейших продавцов.

В результате расчетов для четырех и восьми крупнейших продавцов получаем следующие показатели:

$$CR_4 = 6,2 + 5,1 + 2,9 + 1,8 = 16\%;$$

$$CR_8 = 6,2 + 5,1 + 2,9 + 1,8 + 1,6 + 1,57 + 1,2 + 0,46 = 20,83\%.$$

Таким образом, в настоящее время российский рынок FMCG характеризуется слабой степенью консолидации, восемь крупнейших торговых сетей контролируют 20,83% рынка. Для сравнения: в Германии пять крупнейших розничных операторов контролируют 65% рынка, в Великобритании –

Таблица 7

Рейтинги ГК «Дикси» за 2009–2014 гг.

Рейтинг	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Эксперт-400	99	88	84	69	52	44
Капитализация-200	84	84	72	56	45	45

Источник: официальный сайт ГК «Дикси».

четыре сети – более 70%, во Франции – пять крупнейших сетей – 85%, в Дании – две лидирующие сети – 60%.

Для более глубокого анализа определим индекс Герфиндаля – Гиршмана ($HNI_{\text{верх}}$ – верхняя граница, $HNI_{\text{нижн}}$ – нижняя граница), который является наиболее точным показателем, так как охватывает доли всех крупнейших игроков на рынке:

$$HNI_{\text{верх}} = 6,2^2 + 5,1^2 + 2,9^2 + 1,8^2 + 1,6^2 + 1,57^2 + 1,2^2 + 0,46^2 + 79,17^2 = 6\,350,7;$$

$$HNI_{\text{нижн}} = 6,2^2 + 5,1^2 + 2,9^2 + 1,8^2 + 1,6^2 + 1,57^2 + 1,2^2 + 0,46^2 = 82,8.$$

Нижняя граница индекса Герфиндаля – Гиршмана принимает значение меньше 1 000, что также говорит о малой концентрации рынка розничных продовольственных сетей России.

Проведенный анализ развития розничной торговли в России показывает, что нестабильная экономическая ситуация для многих федеральных и региональных торговых сетей является определенным шансом для успеха и укрепления своих позиций на рынке. Насыщенность торговыми площадями во многих городах России увеличивается, но отстает от аналогичных зарубежных показателей, что еще раз доказывает, что международные сети будут стремиться на российский рынок. Многие федеральные торговые сети, несмотря на свой небольшой опыт развития по сравнению с международными сетями (первые федеральные сети начали образовываться в 1994 г., когда международные уже развивались во многих странах мира), могут успешно конкурировать на мировом рынке.

Список литературы

1. *Баженов Ю.К.* Розничная торговля в России. М.: ИНФРА-М, 2011. 237 с.
2. *Брагин Л.А., Иванов Г.Г., Стукалова И.Б.* Розничная торговля: современные тенденции и перспективы развития. М.: РЭА, 2009. 236 с.
3. *Валеева Ю.С.* Розничные торговые сети: современные тенденции и особенности управления. Казань: Печать-сервис XXI век, 2012. 68 с.
4. *Валеева Ю.С.* Экономическая природа конкурентоспособности торговой отрасли в рыночной структуре региона // Актуальные проблемы экономики и права. 2011. № 2. С. 56–60.
5. *Дворядкина Е.Б., Новикова Н.В., Верева Д.Ю.* Локальный потребительский рынок: сетевые аспекты развития. Екатеринбург: УрГЭУ, 2010. 136 с.
6. *Засенко В.Е., Мокин В.Н., Ульянова И.К.* Конкурентоспособность торговых сетей в условиях глобализации мировой экономики: методология, теория, практика. СПб: СПбГЭИ, 2006. 201 с.
7. *Ивашкин М.В.* Торговые сети в регионе: формирование и управление. Иркутск: БГУЭП, 2003. 172 с.
8. *Котельникова З.В.* Развитие розничных сетей как системообразующий элемент трансформации торговли (на примере продовольственного сектора) // Эволюция торговых форматов в российском продуктовом ритейле. М.: ГУ ВШЭ, 2008. С. 29–60.
9. Методология исследования сетевых форм организации бизнеса / под ред. М.Ю. Шерешевой. М.: ГУ ВШЭ, 2014. 446 с.
10. *Монин А.А.* Ритейл в России. Особенности национальной розницы. СПб: Невский проспект; Вектор, 2007. 204 с.
11. *Ньюман Э., Каллен П.* Розничная торговля: организация и управление. СПб: Питер, 2005. 416 с.
12. *Панюкова В.В.* Анализ состояния и основные направления развития региональной торговли России // Региональная экономика: теория и практика. 2012. № 41. С. 46–53.
13. *Панюкова В.В.* Исследование современного состояния сетевой торговли в зарубежных странах // Маркетинг розничной торговли. 2013. № 3. С. 200–211.
14. *Пономарева И.В.* Иностранные инвестиции в экономике России: динамика, анализ, проблемы // Молодой ученый. 2014. № 12. С. 169–174.
15. *Портер М.Э.* Конкуренция. М.: Вильямс, 2005. 602 с.
16. Развитие сетевых структур. М.: URSS; КРА-САНД, 2010. 192 с.
17. *Сет Э., Рендалл Д.* Розничная торговля: войны гигантов. М.: Вершина, 2006. 319 с.
18. *Хайруллина Д.Р., Чкалова О.В.* Управление развитием малого бизнеса на региональном уровне: организационно-экономический аспект // Экономический анализ: теория и практика. 2014. № 21. С. 11–18.
19. *Хасис Л.А.* Мировая розничная торговля: основные тенденции. М.: Едиториал УРСС, 2004. 80 с.
20. *Хасис Л.А.* Розничные торговые сети в современной экономике. М.: Едиториал УРСС, 2004. 80 с.
21. *Цветков М.А., Цветкова И.Ю.* Институциональная экономика: принципы повышения

утилитарности курса // Инновации в образовании. 2013. № 11. С. 77–97.

22. Чкалова О.В. Анализ развития лидеров российского продовольственного ритейла // Экономический анализ: теория и практика. 2013. № 28. С. 21–24.

23. Шнорр Ж.П. Торговые сети на территории: состояние, теория и практика. Иркутск: БГУЭП, 2012. 156 с.

24. Шнорр Ж.П. Характерные черты влияния торговых сетей на развитие внутренней торговли России // Казанская наука. 2011. № 2. С. 145–147.

Economic Analysis: Theory and Practice
ISSN 2311-8725 (Online)
ISSN 2073-039X (Print)

Analysis of Competitive Ability

RETAIL TRADE OF RUSSIA IN TODAY'S ECONOMY

Ol'ga V. CHKALOVA,
Kseniya A. NALIVAİKO

Abstract

Subject The article deals with retail trade development in the Russian market. The relevance of the subject is based on deterioration of the socio-economic situation, which may change the usual positive development trends and lead to trade stagnation that is already happening in some countries.

Objectives The aim of the study is to analyze the development of retail trade to work out mechanisms for its effective development.

Methods On the basis of general logical methods of investigating the data of the Federal State Statistics Service, materials of the Ministry of Economic Development of the Russian Federation, leading rating and information agencies, and works of Russian scientists, we identified trends, problems and development prospects of the Russian retail market.

Results We found that in 2014, retail trade continues to be one of the fastest growing sectors of the economy and the main source of GDP. The analysis of indicators characterizing the development of competition in the FMCG segment for 2014 shows that competition increases due to development of new networks of federal and international levels. We determined that Russia is a leader among European countries in terms of the number of international networks. The study reveals the heterogeneity of their presence in different Russian cities, and shows that the Russian trade dominates European countries in terms of retail trade turnover. However, in terms of shopping floor space, Russia is lagging behind, and this testifies to the existing potential for development.

Conclusions and Relevance The study findings may

serve as a basis for creating mechanisms of efficient development of retail trade in Russia and its regions.

Keywords: retail trade, development, consolidation, market competition, retail market, international, federal, retail chain

References

1. Bazhenov Yu.K. *Roznichnaya trgovlya v Rossii* [Retail trade in Russia]. Moscow, INFRA-M Publ., 2011, 237 p.

2. Bragin L.A., Ivanov G.G., Stukalova I.B. *Roznichnaya trgovlya: sovremennye tendentsii i perspektivy razvitiya* [Retail trade: modern trends and development prospects]. Moscow, Plekhanov Russian Academy of Economics Publ., 2009, 236 p.

3. Valeeva Yu.S. *Roznichnye trgovnye seti: sovremennye tendentsii i osobennosti upravleniya* [Retail chains: modern trends and management features]. Kazan, Pechat'-servis 21 vek Publ., 2012, 68 p.

4. Valeeva Yu.S. *Ekonomicheskaya priroda konkurentosposobnosti trgovoi otrasli v rynochnoi strukture regiona* [The economic nature of competitiveness of the trade sector in the market structure of the region]. *Aktual'nye problemy ekonomiki i prava = Actual Problems of Economics and Law*, 2011, no. 2, pp. 56–60.

5. Dvoryadkina E.B., Novikova N.V., Verevkin D.Yu. *Lokal'nyi potrebitel'skii rynek: setevye aspekty razvitiya* [Local consumer market: network development aspects]. Yekaterinburg, Ural State University of Economics Publ., 2010, 136 p.

6. Zasenkov V.E., Mokin V.N., Ul'yanova I.K. *Konkurentosposobnost' trgovykh setei v usloviyakh*

globalizatsii mirovoi ekonomiki: metodologiya, teoriya, praktika [The competitiveness of trade networks in the context of the world economy globalization: methodology, theory, practice]. St. Petersburg, Saint Petersburg State University of Economics Publ., 2006, 201 p.

7. Ivashkin M.V. *Torgovye seti v regione: formirovaniye i upravleniye* [Regional trade networks: formation and management]. Irkutsk, Baikal State University of Economics and Law Publ., 2003, 172 p.

8. Kotel'nikova Z.V. *Razvitiye roznichnykh setei kak sistemoobrazuyushchii element transformatsii torgovli (na primere prodovol'stvennogo sektora). V kn.: Evolyutsiya torgovykh formatov v rossiiskom produktov riteile* [Development of retail networks as a core element of trade transformation (the food sector case). In: The evolution of trading formats in Russian food retail]. Moscow, Higher School of Economics Publ., 2008, pp. 29–60.

9. *Metodologiya issledovaniya setevykh form organizatsii biznesa* [Methodology of research of network forms of business organization]. Moscow, Higher School of Economics Publ., 2014, 446 p.

10. Monin A.A. *Riteil v Rossii. Osobennosti natsional'noi roznitsy* [Retail in Russia. Peculiarities of the national retail trade]. St. Petersburg, Nevskii prospekt, Vektor Publ., 2007, 204 p.

11. Newman A., Cullen P. *Roznichnaya torgovlya: organizatsiya i upravleniye* [Retailing: Environment and Operations]. St. Petersburg, Piter Publ., 2005, 416 p.

12. Panyukova V.V. *Analiz sostoyaniya i osnovnye napravleniye razvitiya regional'noi torgovli Rossii* [Analysis of the state and the main directions of regional trade development in Russia]. *Regional'naya ekonomika: teoriya i praktika = Regional Economics: Theory and Practice*, 2012, no. 41, pp. 46–53.

13. Panyukova V.V. *Issledovanie sovremennoy sostoyaniya setevoi torgovli v zarubezhnykh stranakh* [A study of the current state of network commerce in foreign countries]. *Marketing roznichnoi torgovli = Retail Marketing*, 2013, no. 3, pp. 200–211.

14. Ponomareva I.V. *Inostrannye investitsii v ekonomike Rossii: dinamika, analiz, problemy* [Foreign investment in the Russian economy: dynamics, analysis, problems]. *Molodoi uchenyi = Young Scientist*, 2014, no. 12, pp. 169–174.

15. Porter M.E. *Konkurentsiya* [On Competition]. Moscow, Vil'yams Publ., 2005, 602 p.

16. *Razvitiye setevykh struktur* [Developing the network structures]. Moscow, URSS, KRASAND Publ., 2010, 192 p.

17. Seth A., Randall J. *Roznichnaya torgovlya: voiny gigantov* [Retail: the War of Giants]. Moscow, Vershina Publ., 2006, 319 p.

18. Khairullina D.R., Chkalova O.V. *Upravleniye razvitiem malogo biznesa na regional'nom urovne: organizatsionno-ekonomicheskii aspekt* [Managing small business development at the regional level: an organizational and economic aspect]. *Ekonomicheskii analiz: teoriya i praktika = Economic Analysis: Theory and Practice*, 2014, no. 21, pp. 11–18.

19. Khasis L.A. *Mirovaya roznichnaya torgovlya: osnovnye tendentsii* [The world retail: major trends]. Moscow, Editorial URSS Publ., 2004, 80 p.

20. Khasis L.A. *Roznichnye torgovye seti v sovremennoi ekonomike* [Retail trade networks in the modern economy]. Moscow, Editorial URSS Publ., 2004, 80 p.

21. Tsvetkov M.A., Tsvetkova I.Yu. *Institutsional'naya ekonomika: printsipy povysheniya utilitarnosti kursa* [Institutional economics: principles of increasing the utility of the course]. *Innovatsii v obrazovanii = Innovations in Education*, 2013, no. 11, pp. 77–97.

22. Chkalova O.V. *Analiz razvitiya liderov rossiiskogo prodovol'stvennogo riteila* [An analysis of development of the leaders of Russian food retail]. *Ekonomicheskii analiz: teoriya i praktika = Economic Analysis: Theory and Practice*, 2013, no. 28, pp. 21–24.

23. Shnorr Zh.P. *Torgovye seti na territorii: sostoyaniye, teoriya i praktika* [Trade networks in the territory: condition, theory and practice]. Irkutsk, Baikal State University of Economics and Law Publ., 2012, 156 p.

24. Shnorr Zh.P. *Kharakternye cherty vliyaniya torgovykh setei na razvitiye vnutrennei torgovli Rossii* [The characteristics of the impact of trade networks on internal trade of Russia development]. *Kazanskaya nauka = Kazan Science*, 2011, no. 2, pp. 145–147.

Ol'ga V. CHKALOVA

Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod – National Research University (UNN),
Nizhny Novgorod, Russian Federation
ochkalova@fup.unn.ru

Kseniya A. NALIVAICO

Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod – National Research University (UNN),
Nizhny Novgorod, Russian Federation
kseniya_dom@mail.ru