

СЕТЕВОЙ СЕГМЕНТ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ И ЕГО МАРКЕТИНГОВОЕ ЗНАЧЕНИЕ ДЛЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ РЫНКОВ



Павловская Виктория Юрьевна,

соискатель, кафедра менеджмента и маркетинга, Белгородский государственный научно-исследовательский университет; 308015, г. Белгород, ул. Победы, д.85
pavlovskaja@mail.ru

Статья посвящена изучению динамики товарооборота розничной торговли торговых сетей в Российской Федерации за последнее десятилетие. Проведен анализ: динамики доли розничных торговых сетей в формировании оборота розничной торговли субъектов Российской Федерации, динамики доли розничных торговых сетей в формировании оборота продовольственных товаров, напитков и табачных изделий в субъектах Российской Федерации, динамики показателя обеспеченности населения торговой площадью, кв. м в расчете на 1 000 чел. Новизна авторского подхода заключается в том, что дана аналитическая характеристика действующих региональных розничных сетей Краснодарского края в 2020 г., представлен анализ основных показателей деятельности организаций розничной торговли Краснодарского края в 2010–2019 гг., анализ динамики оборота торговли розничных торговых сетей Краснодарского края в 2018–2020 гг. Информация, полученная в ходе такого анализа, позволила выявить особенности организации маркетинговой деятельности и позиционирования действующих региональных розничных сетей Краснодарского края в 2020 г.

Ключевые слова: сетевая торговля; развитие региональных рынков; традиционные и современные форматы торговли; розничный рынок; обеспеченность торговой площадью.

Развитие сетевой розничной торговли относится к числу значимых тенденций развития национальных и региональных рынков, отражающих возможности создания перспективных сетевых структур, способных к выработке единой бизнес-модели и ее эффективной маркетинговой адаптации под особенности конкретных локаций. При этом российские розничные рынки являются образцом значительного присутствия современных торговых предприятий (в том числе торговых сетей), которые, по оценке исследовательского агентства *InfoLine*¹, по состоянию на начало 2020 года занимали более 76% рынка. Следует также подчеркнуть, что федеральные торговые сети, хотя и обладают значительным потенциалом сетевого развития, сталкиваются с интенсивной конкуренцией в пределах региональных мар-

кетинговых локаций как с традиционными, так и с современными форматами торговых предприятий.

Кроме того, российский рынок продуктовой и непродуктовой розницы переживает масштабный этап цифровой трансформации, связанный с появлением новых форм торговли с использованием цифровых каналов коммуникаций и продаж, перспективой которых является захват доли рынка в 18–20% (5,5–6 трлн руб. в продовольственном сегменте к 2019 г.)

Существенным фактором актуального и перспективного развития розничных рынков и конкурентного успеха торговых сетей является непрерывная эволюция базовых мотивов потребительского поведения, связанная с ростом потребностей в удобстве покупок, роста требований к ассортименту

и атмосфере торговых точек, а также рост внимания контактных аудиторий к процессам устойчивого развития сетевых торговых предприятий [1].

Динамика оборота розничной торговли розничных торговых сетей в Российской Федерации в 2010, 2015–2018 гг. представлена в *таблице 1*.

За период 2014–2018 гг. рост масштабов розничных торговых сетей на российском розничном рынке составил 23,7% в 2019 году от уровня 2014 года, в том числе 9,8% в 2019 году от уровня 2018 года, при этом в 2019 году поступательная динамика несколько снизилась и составила в среднем до 10% при номинальном росте розничного товарооборота на уровне 7% и увеличении масштабов деятельности лидера рынка (*X5 Retail Group*) на 13%.

¹ URL: <https://infoline.spb.ru/shop/issledovaniya-rynkov/page.php?ID=204089>.