

## СЕТИ: ЗА И ПРОТИВ

В последние годы наблюдается тенденция увеличения количества сетевых магазинов. Только в Санкт-Петербурге на данный момент существует 5 крупных фирм-сетевиков. На долю каждой фирмы приходится в среднем 15-20 сетевых магазинов. Каждый производитель понимает, что основную прибыль ему приносит именно работа с сетью. Вот почему многие компании стремятся работать на сетевом рынке. Однако сетевой рынок имеет, как преимущества, так и недостатки. Об этом и пойдёт речь в данной статье.

Что такое сетевой рынок? Сетевой рынок – это крупные магазины, объединённые одним владельцем, через которые проходит большой объём продукции. Производитель может работать на таком рынке либо напрямую, либо через дистрибутора, дилера. Критерием оценки для выбора того или иного канала сбыта является прибыль и товарооборот.

В отношении своих клиентов сети ведут достаточно жёсткую политику. В чём она заключается? Любой производитель, выходящий на сетевой рынок должен быть готов к затратам на листинг (ввод позиций), маркетинговые вложения (рекламные акции в торговой сети, оплата нового открывающегося магазина и т.д.), годовой бонус за выполненный сетью товарооборот и т.д. Сети отнюдь не лояльны к своим партнёрам. Даже крупная компания-производитель не может повлиять на увеличение товарооборота и увеличение заказа продукции сетью. Ни в одном договоре не прописывается матрица. Матрица – это список активных позиций, продающихся в сети. Негарантированность матрицы показывает, что сеть сама определяет нужный для неё ассортимент. Производителю крайне трудно повлиять на этот процесс.

Важная проблема – ценообразование в сетях. Сеть сама устанавливает у себя в магазине цену продажи на товар производителя. Такие действия увеличивают угрозы внешней среды компании-производителя, так как при снижении цены в одной сети, может возникнуть проблема с другой сетью. Причём первая сеть может снижать свою цену, торгуя себе в убыток (ей это позволяют сделать большие доходы по сети в целом). Вторая сеть, при такой динамике рынка, может просто вывести аналогичную позицию из своей матрицы. Нужно понимать что сеть – это полка, а производитель – это товар, который может продаваться на этой полке, а может и нет.

Каковы преимущества работы на сетевом рынке? Работая с сетями, крупная компания-производитель получает такие преимущества, как:  
– широкая представленность, узнаваемость. Заключив договор с сетью, производитель автоматически попадает в 100-200 её магазинов, которые могут находиться не только в Санкт-Петербурге, но и в Ленинградской области. Таким образом, происходит экспансия продаж в регионы, где открываются новые магазины сети. Если с сетью заключён федеральный договор, то зона охвата рынка увеличивается в несколько раз (федеральный договор – это договор, действующий на всей территории России).

– работая с сетью напрямую, компания-производитель получает больше прибыли, чем при работе через посредника или при работе на розничном рынке. Это обусловлено большим объёмом продаж, товарооборотом, отсутствием затрат на дистрибутора. Для любой компании наиболее важный показатель деятельности – это итоговый маржинальный доход. По результатам работы с сетями и розницей, в большинстве случаев лидирующую позицию по этому финансовому показателю занимают сети, работа с которыми ведётся как напрямую, так и через посредника.

Таблица 1. Характеристики работы предприятия-производителя на разных рынках.

	<b>Работа на розничном рынке</b>	<b>Работа на сетевом рынке</b>
<b>минусы:</b>	Дополнительные затраты: скидки и бонусы приходится предоставлять обоим – и дистрибутору, и сети, в которую дистрибутор отгружает продукцию.	Жёсткая политика сетей со своими партнёрами
	Нецентрализованное принятие решений о согласовании ассортимента, так как в неорганизованной рознице на каждый магазин приходится свой закупщик.	Транспортные затраты на доставку продукции
	Ассортиментная матрица не всегда прописывается в договоре. Исключение – организованная сетевая розница*	Дополнительные затраты: сети требуют предоставления бонусов и скидок.
<b>плюсы</b>	Сокращение цепочки документооборота до одного лица: все документы из сетей передаёт дистрибутор	Централизация принятия решения (1 закупщик на 100-200 магазинов).
	Сокращение транспортных затрат, так как доставкой продукции полностью занимается дистрибутор	Большой объём продаж, товарооборот.
		Высокая маржинальная прибыль.
		Широкая представленность на рынке, при вводе позиций в сеть, так как у сетей широкая зона охвата рынка.

\*Организованная сетевая розница – это сетевые магазины самообслуживания, так называемого формата «У дома», объединённые одним юридическим лицом. Неорганизованная сетевая розница – это магазины формата «У дома».

Положительные и отрицательные аспекты работы компании-производителя на сетевом рынке на прямых отгрузках и на рынке локальной розницы представлены в табл. 1.

Сетей в мегаполисах с каждым годом становится всё больше и больше. Розница – ларьки, магазины «У дома», – постепенно сдает свои позиции. Прибыли производителю она приносит гораздо меньше. Для того чтобы попасть в сеть, крупным компаниям-производителям приходится подстраиваться под их условия. Например, в 2005 г. одна крупная известная сеть магазинов стала торговать весовой замороженной продукцией. Через некоторое время все крупные гипермаркеты города стали иметь в своей матрице ту или иную весовую замороженную продукцию. Это был переворот на рынке замороженных полуфабрикатов. Каждому поставщику, для того, чтобы остаться в сети и укрепить свои позиции, а соответственно, увеличить объем продаж и прибыль, пришлось задуматься о производстве весовой продукции.

На сегодняшний день сети все активнее диктуют свои условия и поставщикам и потребителям. Зона охвата сетевых организаций всё больше и больше. Сети влияют не только на ассортимент и ценообразование, они постепенно вытесняют малый бизнес. Жесткая политика сетей мешает свободной конкуренции между производителями и поставщиками. Отсутствие конкуренции может привести к зависимости рынка от основных игроков (крупных производителей). Нашему правительству пора задуматься об урегулировании действий сетевых магазинов.