

РАЗВИТИЕ СЕТЕВОГО БИЗНЕСА В РОССИИ

Появление сетевого бизнеса обусловлено качественными сдвигами, произошедшими в последние годы в экономике России, и постоянно возрастающими потребностями населения в товарах и услугах. Сетевой бизнес является одним из направлений инновационной экономики, развивающейся в сфере обращения товаров и услуг [1]. Он распространяется, в первую очередь, на следующие отрасли экономики: торговлю и общественное питание, телекоммуникации (интернет и мобильную связь) и транспорт.

Сетевой бизнес характеризуется достаточным количеством финансовых средств, автоматизацией технологических процессов, высокоразвитой логистикой, налаженными связями с поставщиками товаров, производимых по всему миру, широкой ассортиментной политикой, минимизацией затрат в обороте товаров, единым информационным пространством. В одну цепочку замыкаются оптовые, распределительно-логистические организации и розничная торговля.

Массовое возникновение торговых сетей в России совпало с кризисом 1998 года. Появились магазины, объединенные единым именем, однотипным ассортиментом и оформлением торговых залов с общей ценовой политикой. Выделяют три этапа развития сетевой торговли. На первом этапе за счет низких цен происходит привлечение покупателей к сети. Петербург можно отнести ко второму этапу, когда сети приводят за собой на новые рынки производителей, с которыми уже налажено сотрудничество, начинают использовать собственные торговые марки. На третьем этапе происходит монополизация рынка, то есть сети, достигнув доминирующего положения на рынке, повышают розничные цены [2].

По данным Росстата оборот розничной торговли в стране за 2006 год составил 4,7 триллиона рублей. При этом доля торговых розничных сетей составила 26 процентов. В России на сегодняшний день существует порядка 160 торговых сетей. Среди них около 53% приходится на супермаркеты, 27% — на дискаунтеры, 10% — на гипермаркеты, остальное — на небольшие сетевые магазины. Крупнейшими представителями российского сетевого бизнеса помимо отечественных ритейлеров являются немцы, французы, турки и шведы.

В каждой торговой сети существуют бюджет и план по сбору средств от компаний-поставщиков. Инвестиции, полученные от производителя, используются для продвижения продукта и развития категории с целью увеличения общего валового дохода предприятия. Сетевые операторы ведут целенаправленную работу с поставщиками продуктов по максимальному снижению закупочных цен [3].

Важно решить проблему, связанную с транспортными издержками. Поэтому сетевые операторы уделяют особое внимание логистике. Петербургская сеть "Лента" оборудовала логистические зоны в своих торговых комплексах, в которых уходит не более 8 минут на разгрузку фуры.

Сетевая торговля имеет массу положительных сторон: широкий ассортимент — до 5000 наименований товаров, гарантированное качество продуктов, достаточно низкие цены, скидки, возможность купить товары в кредит, удобный режим работы (в ряде случаев круглосуточный).

Одна из основ благополучия сети — быстрый оборот товаров. Менеджеры подбирают продукцию так, чтобы она не залеживалась на полках, и учитывают, какой доход приносит каждый квадратный метр торговых площадей.

Большинство торговых сетей России сориентировано в настоящее время на малообеспеченных людей, для которых сэкономить на покупке продуктов — не удовольствие, а жизненная необходимость. Один из основных лозунгов "Пятерочки" —

"Магазины для бережливых". Другой принцип — создавать "магазины шаговой доступности", максимально приближенные к дому покупателя. Рост интернет-торговли в России сдерживается нежеланием потенциальных покупателей использовать в сети кредитные карточки и проблемами с доставкой товара в регионы.

Основными законодателями мод на розничном рынке остаются столичные сети. По уровню развития сетевой торговли Москва приближается к Польше и Чехии.

2007 г. характеризуется региональной экспансией транснационального и федерального сетевого бизнеса из Санкт-Петербурга и Москвы на областные центры Центральной России и Урала, в частности на условиях франчайзинга (под единой торговой маркой). Лидерами по присутствию в регионах России в 2006 г. явились такие сети как "Магнит" (охватывает 44 региона), "Патэрсон"(22 региона), "Пятерочка"(23 региона), "Перекресток"(19 регионов) и "Метро" (16 регионов). Вместе с ростом количества сетей растет и их популярность среди населения. Регионы России по развитию сетевой торговли отстают от Москвы и Санкт-Петербурга на 4-5 лет. В ближайшие 2 года прогнозируется, что доля торговых розничных сетей России увеличится до 50% .

Перспективы построения карьеры в розничных сетевых компаниях молодежь не прельщают в силу долгосрочности служебного роста и высоких физических затрат. Западные ритейлеры осуществляют набор молодых специалистов и дальнейшее обучение по собственным стандартным корпоративным схемам, включая стажировки в своих магазинах в России или за рубежом.

Применение инноваций в сфере торговли становится не только необходимой потребностью в процессе функционирования, но и важнейшей предпосылкой выживания сетевых компаний.

Огромные потери от сетевизации несет малый бизнес, который находится на грани выживания. Общеизвестна роль малого предпринимательства в структуре среднего класса, в экономической и социальной стабильности любого государства. Развитие сетевой торговли в Санкт-Петербурге и Москве отрицательно сказалось на малом бизнесе. Выявленную тенденцию подтверждают и статистические данные 2005 г. по России, согласно которым на долю малых предприятий по отраслям, где функционирует сетевой бизнес, приходится: в торговле и общественном питании — 30%, в транспорте и связи — 25% [4].

В этой связи необходимо принять федеральный закон о введении аналогичных европейским антимонопольных мер по отношению к торговым сетям, предусматривающий правовое равенство всех торговых форматов.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Экономическая энциклопедия. М.: Экономика, 2006 г. –232 с.
2. Родиченко Н. Базар: конец эпохи?// Аргументы и факты – Петербург. 2007 г. №39(736). – с.7.
3. Инновационная экономика / Под ред. А.А. Дынкина, Н.И. Ивановой. М.: Наука, 2001 г. -166 с.
4. Кевеш А.Л. Торговля в России 2005. М., 2006.- 543с.