

О. Н. Большев

**О ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ РАЗЛИЧИЯХ
СЕТЕВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ
В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Отмечается, что сравнительно быстрое развитие сетей розничной торговли, характерное для России в целом, имеет большие территориальные различия. Выявление факторов, определяющих эти различия, с помощью расчета коэффициента корреляции позволило выявить только один фактор, значение которого приближается к существен-

© Большев О. Н., 2013

Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. 2013. Вып. 9. С. 166 – 175.



ному: географическая удаленность от Москвы. При этом показано, что многие регионы центральной части страны также имеют невысокую долю сетей в объемах розничной торговли. Допускается, что большую роль в формировании межрегиональных различий играют институциональные факторы, на что целесообразно обратить внимание в дальнейших исследованиях.

The relatively rapid – however slower than forecasted – development of retail chains is characteristic of Russia in general, nevertheless it exhibits significant territorial differences. An attempt to identify the factors behind these differences through calculating the correlation coefficient made it possible to detect only one factor, whose value is close to essential: the geographical remoteness from Moscow. However, many regions of central Russia have a low share of retail chains. One cannot exclude that a significant role in the development of interregional differences is played by institutional factors, which can become a focal point of further research.

Ключевые слова: розничная торговля, сети, субъекты Российской Федерации, территориальные различия, географическая удаленность, институциональные факторы.

Key words: retail, chains, constituent entities of the Russian Federation, territorial differences, geographical remoteness, institutional factors

Сетевые формы организации розничной торговли развиваются в России опережающими темпами по сравнению с другими организационными формами. Эксперты, рассматривающие перспективы расширения торговых сетей в РФ, как правило, дают очень благоприятные прогнозы их развития. Так, в 2009 г. О.В. Санников пишет: «По прогнозам экспертов, уже к 2013 г. доля торговых сетей в розничной торговле России возрастет до 55 %» [1]. По среднесрочному прогнозу Минэкономразвития, к 2015 г. сетевая торговля в розничном товарообороте должна составить 30 %, а в большинстве крупных городов дойти до 50 % [2].

В Стратегии развития торговли в Российской Федерации на 2011 – 2015 г. и период до 2020 г., утвержденной приказом Минпромторга России от 31 марта 2011 г., также предусмотрены очень высокие темпы развития сетевой торговли. Даже в наименее динамичном инерционном сценарии развития экономики доля сетей в розничной торговле в 2015 г. прогнозируется на уровне 35 %, а к 2020 г. – в размере 55 %. Для энерго-сырьевого сценария прогноз составляет соответственно 40 и 60 %, а для инновационного сценария – 45 и 65 % [3]. Ориентиром, как можно полагать, служат страны с традиционной рыночной экономикой, где на ограниченное число сетей приходится от 70 до 90 % товарооборота [2].

Однако в действительности развитие сетей розничной торговли в Российской Федерации существенно отстает от прогнозных показателей. На сетевые форматы в 2011 г. пришлось 18,5 % продаж (17,5 % в 2010 г.); в первом полугодии 2012 г. этот показатель увеличился до 20,1 % [4].



Российские торговые сети по количественным показателям намного уступают зарубежным. Так, в Топ-200 крупнейших розничных сетей мира, составленный агентством «Делойт» (*Deloitte*), вошли лишь две российские торговые сети — «Х5 Retail Group N. V.» (83-е место) и «Магнит» (124-е место) [5]. Качественные особенности и преимущества сетевых форматов над прочими формами торговли, по оценкам экспертов, тоже не слишком велики. Так, в Аналитическом обзоре Национального рейтингового агентства утверждается, что рост доли сетей в российской розничной торговле «скорее всего, связан не столько с подвижками в потребительских предпочтениях, сколько с активной экспансией сетей, выдавливающих с рынка или поглощающих менее эффективные в условиях кризиса и последующей рецессии структуры — одиночные магазины и мелкие сети» [2]. В результате распространение сетевых (федеральных иностранных) форм происходит не столь быстро, как прогнозируется некоторыми экспертами и правительственными органами.

Иностранные сети, по оценкам экспертов, сталкиваются с институциональными трудностями: «отсутствие прозрачности в законодательных постановлениях и коррупция могут ограничить иностранные инвестиции. Рост консолидации среди отечественных игроков служит хорошим предзнаменованием для возможности проникновения в Россию через приобретение местных сетей, но это оказалось труднее, чем ожидалось» [6]. Похожие трудности, хотя и в меньших масштабах, имеют и федеральные сети при вхождении на региональные рынки.

Нами ранее было показано, какие города и регионы являются объективно наиболее предпочтительными для расширения деятельности сетевых форматов. Оценку конкурентной привлекательности рынков и отбор городов предложено осуществлять на основе расчетных значений интегрального индекса по следующим параметрам: 1) емкость рынка; 2) интенсивность конкуренции на рынке; 3) оценка ключевых факторов успеха и конкурентных преимуществ; 4) легкость вхождения на рынок; 5) политика местных органов власти [7]. То есть в действительности большую роль играют не только объективные характеристики регионального рынка, но и сложные для учета и прогноза институциональные факторы. Поэтому фактическое распространение сетевых форм розничной торговли сильно отличается от теоретически обоснованного на базе совокупности объективных характеристик региона.

Территориальная дифференциация доли сетей в розничном товарообороте чрезвычайно высока. В 2011 г. она варьировала от 50 % в Санкт-Петербурге до полного отсутствия в Республике Ингушетия, Чеченской Республике и Чукотском автономном округе. Если рассмотреть варьирование доли сетей по регионам по 5 %-ным интервалам, то наибольшее количество регионов (25) имело в 2011 г. долю сетей в пределах 15–19,9 % (рис. 1). На картосхеме заметна значительная развитость сетей в наиболее плотно заселенной и освоенной в хозяйственном отношении европейской части страны, за исключением северных и южных, а также некоторых западных пограничных регионов. На востоке РФ относительно развиты сети только в южной части Западной Сибири.

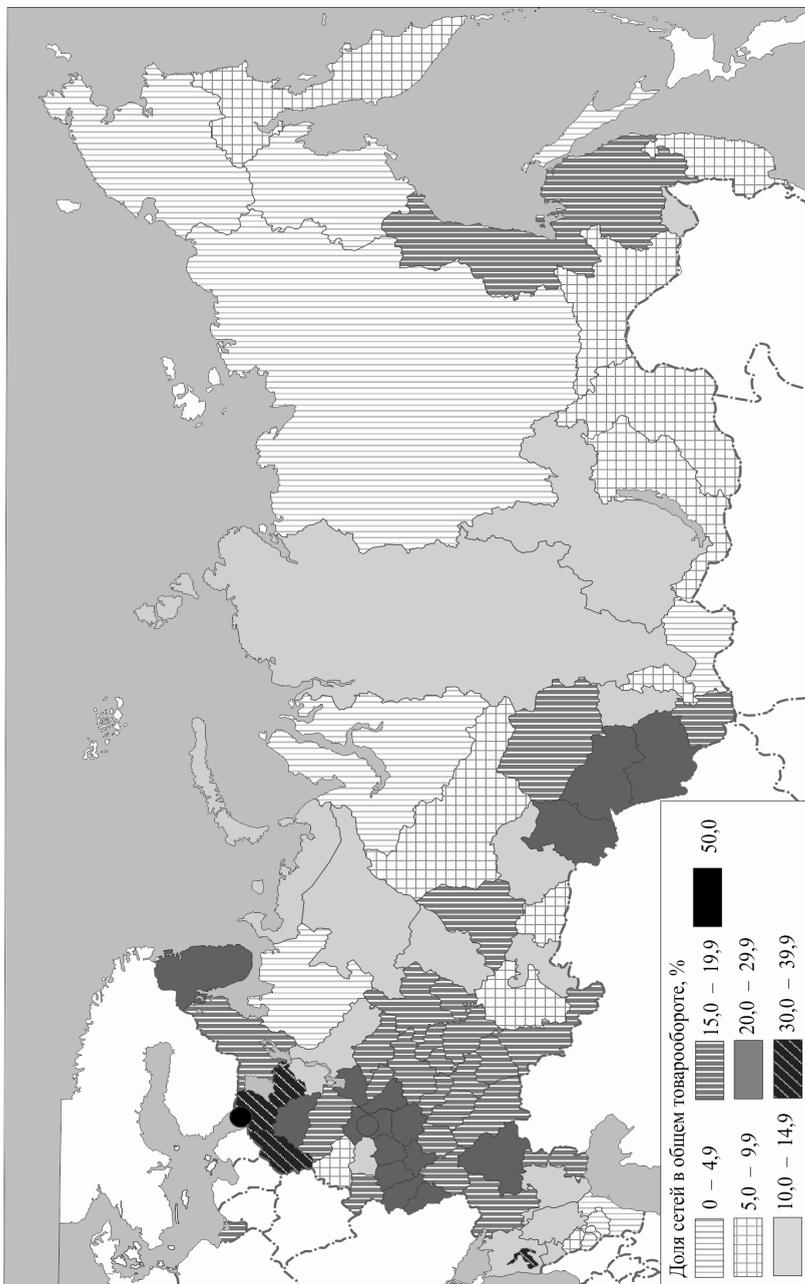


Рис. 1. Доля сетей в розничной торговле субъектов РФ, 2011 г.

Составлено автором на основе данных [8, с. 705–706, 716].



Наиболее развиты сети розничной торговли в субъектах Северо-Западного федерального округа, особенно в Санкт-Петербурге, являющемся в России лидером по внедрению сетевых форматов (50 % товарооборота в 2011 г. [8, с. 716], 51 % — в июне 2012 г. [2]). Ленинградская и Псковская области также имеют показатели, превышающие 30 %; больше среднероссийской доля сетей в Новгородской и Мурманской областях. В итоге общий для СЗФО показатель доли сетей составляет 33,5 % (табл. 1). Выше среднего по России этот показатель и в Центральном федеральном округе, где преобладают регионы с долей 20–29,9 %. Остальные шесть федеральных округов характеризуются долей сетей ниже средней по России. Самый низкий показатель среди федеральных округов — у Северо-Кавказского округа (5,7 %), где четыре республики имеют долю сетей в розничной торговле менее 5 %. Не намного выше доля сетей в Дальневосточном федеральном округе (7,4 %).

Таблица 1

**Распределение субъектов РФ с разной долей сетей
в розничном товарообороте по федеральным округам, 2011 г.**

| Федеральный округ | Доля сетей в розничном товарообороте, % | | | | | | Доля сетей в розничном товарообороте федерального округа, % |
|--------------------|---|-----------|-------------|-------------|-------------|-------------|---|
| | 0,0 – 4,9 | 5,0 – 9,9 | 10,0 – 14,9 | 15,0 – 19,9 | 20,0 – 29,9 | 30,0 – 50,0 | |
| Центральный | – | 1 | 2 | 5 | 10 | – | 21,7 |
| Северо-Западный | – | 1 | 3 | 2 | 2 | 3 | 33,5 |
| Южный | – | – | 2 | 2 | 1 | 1 | 16,9 |
| Северо-Кавказский | 4 | 1 | 2 | – | – | – | 5,7 |
| Приволжский | – | 1 | 1 | 12 | – | – | 16,0 |
| Уральский | – | 3 | 2 | 1 | – | – | 13,9 |
| Сибирский | 1 | 3 | 3 | 2 | 3 | – | 15,2 |
| Дальневосточный | 4 | 3 | 1 | 1 | – | – | 7,4 |
| <i>Всего по РФ</i> | 9 | 13 | 16 | 25 | 16 | 4 | 18,5 |

Составлено автором на основе данных [8, с. 716].

Рассматривая факторы, определяющие уровень развития сетевых форм розничной торговли, нельзя не согласиться с утверждением, что количество сетевых магазинов в конкретном регионе зависит от общей численности его населения (тесно связанной с наличием в данном регионе крупных городов) [9]. Однако прямолинейная связь между численностью населения субъекта РФ и долей сетей в розничном товарообороте не прослеживается (коэффициент корреляции составляет 0,26).

Коэффициент корреляции не подтверждает наличие соответствующих связей доли сетей и с такими показателями, как плотность населения, удельный вес городского населения, производство валового регионального продукта или розничный товарооборот в расчете на



душу населения и др. Выявлена единственная близкая к существенной корреляционная связь: между удаленностью региона от Москвы и Санкт-Петербурга (рассчитываемой как количество пересечений административных границ при сухопутном перемещении между субъектом РФ и Москвой или Санкт-Петербургом) и долей сетей в розничном товарообороте. Соответствующий коэффициент корреляции составляет 0,62. То есть с удалением от первой и второй столиц России развитие сетевых форматов замедляется (табл. 2).

Таблица 2

Коэффициент корреляции между долей сетей в розничном товарообороте и некоторыми другими социально-экономическими показателями субъектов Российской Федерации, 2011 г.

| Показатель | Коэффициент корреляции |
|---|------------------------|
| Численность населения субъекта РФ | 0,26 |
| Объем розничного товарооборота | 0,21 |
| Производство валового регионального продукта в расчете на душу населения | -0,20 |
| Душевые доходы | -0,14 |
| Розничный товарооборот в расчете на душу населения | 0,17 |
| Плотность населения | 0,21 |
| Удельный вес городского населения | 0,27 |
| Доля рынков и ярмарок в розничном товарообороте | -0,28 |
| Удаленность от Москвы и Санкт-Петербурга (количество пересечений административных границ) | -0,62 |

Расчеты автора на основе данных [8].

Отсутствие существенных связей между удельным весом городского населения и долей сетей в розничном товарообороте (коэффициент корреляции 0,27) наглядно прослеживается на рисунке 2.

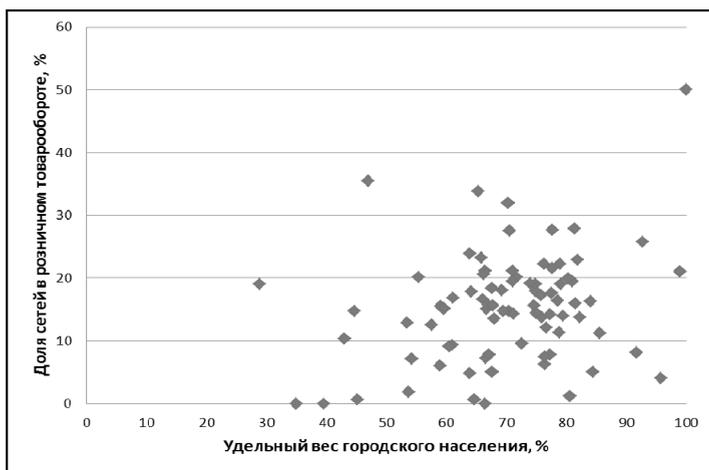


Рис. 2. Распределение субъектов РФ по показателям удельного веса городского населения и доли сетей в розничном товарообороте, 2011 г.

Составлено автором на основе данных [8, с. 58 – 59, 705 – 706].



Группировка субъектов РФ по объему розничного товарооборота и доле сетей в розничном товарообороте (табл. 2) показывает, что среди российских субъектов с самыми низкими показателями розничного товарооборота и доли сетей в розничном товарообороте присутствуют только менее экономически развитые восточные и южные регионы страны. Самые небольшие по товарообороту регионы (Ингушетия, Тыва, Чукотский АО и др.) имеют и минимальное распространение сетевых форм. И наоборот: для столичных регионов с наибольшим товарооборотом характерны высокие показатели доли сетей. Таковы Санкт-Петербург и Ленинградская область, Москва и Московская область. Но имеются и исключения (небольшой объем товарооборота в Адыгее и Псковской области при высокой доле торговых сетей). Но в целом два группировочных признака таблицы 3 имеют низкий коэффициент корреляции (0,21 – см. табл. 1).

Сходные выводы можно сделать из анализа группировки субъектов РФ по объему розничного товарооборота на душу населения и доле сетей в розничном товарообороте (табл. 4). Самые низкие показатели розничного товарооборота на душу населения (две нижние строки табл. 4) характерны для ряда национальных республик, большинство из которых расположены на периферии страны. Наиболее низкая доля сетей (левый столбец табл. 3) – в периферийных южных и восточных регионах. Лидер по товарообороту на душу населения – Москва, а по доле сетей – Санкт-Петербург.

Наиболее высоким показателям душевого товарооборота соответствует высокая доля сетей, самым низким – наименьшая доля. Однако в целом теснота связи этих двух показателей, рассчитанная для всей совокупности субъектов РФ, невелика – коэффициент корреляции составляет всего 0,17.

На основе анализа приведенных показателей можно сделать следующие выводы.

1. Развитие сетевых форм розничной торговли в России происходит относительно быстро, но медленнее, чем прогнозируют правительственные органы и многие эксперты; сохраняется значительное отставание от стран с традиционной рыночной экономикой.

2. Территориальная дифференциация развития сетей в розничной торговле России чрезвычайно высока, и пока не прослеживаются тенденции ее уменьшения: ряд периферийных районов не имеет торговых сетей или их там крайне мало, тогда как передовые в отношении развития сетей регионы, прежде всего Санкт-Петербург, приближаются к показателям стран Запада.

3. Единственная выявленная и приближающаяся к существенной корреляционная связь доли сетей в розничной торговле с внешними факторами – уменьшение доли сетей с удалением от Москвы.

4. Наличие большого числа субъектов РФ с низкой долей сетей в розничном товарообороте означает, что федеральные и тем более международные торговые сети предпочитают продолжать вытеснение конкурентов и совершенствование организации розничной торговли в тех регионах, где они уже получили развитие.

Группировка субъектов РФ по объему розничного товарооборота и доле сетей в розничном товарообороте, 2011 г.

| Товарооборот, млрд руб. | Доля сетей в розничном товарообороте, % | | | | | 30,0 – 39,9 | 50,0 |
|----------------------------|---|--|---|---|--|--------------------------------------|-----------------|
| | 0,0 – 4,9 | 5,0 – 9,9 | 10,9 – 14,9 | 15,0 – 19,9 | 20,0 – 29,9 | | |
| 3640 | | | | | Москва | | |
| 1258 | | | | | Московская область | | |
| 500,0 – 999,9 | | Республика Башкортостан | Краснодарский край | Республика Татарстан, Самарская, Свердловская, Ростовская области | | | Санкт-Петербург |
| 250,0 – 499,9 | Республика Дагестан | Ханты-Мансийский АО | Пермский, Ставропольский, Красноярский край, Челябинская, Кемеровская области | Воронежская, Нижегородская области | Волгоградская, Новосибирская, Омская области, Республика Алтай | | |
| 100,0 – 249,9 | Якутия, Сахалинская область | Смоленская, Архангельская, Амурская области, Бурятия, Забайкальский, Приморский край | Калужская, Вологодская, Тюменская (без АО), Иркутская области, Республика Коми | Брянская, Ивановская, Тамбовская, Гверская, Калининградская, Астраханская, Оренбургская, Кировская, Пензенская, Саратовская, Ульяновская, Томская области | Белгородская, Владимирская, Липецкая, Курская, Рязанская, Тульская, Ярославская, Мурманская области, Удмуртская Республика, Чувашская Республика, Хабаровский край | Ленинградская область | |
| 50,0 – 99,9 | Чеченская Республика, Ямало-Ненецкий АО | Курганская область, Кабардино-Балкарская Республика, Хакасия, Камчатский край | Костромская область | Республики Карелия, Марий Эл, Мордовия | Орловская, Новгородская области | Псковская область, Республика Адыгея | |
| 5,0 – 49,9 | Республика Ингушетия, Республика Тыва, Чукотский АО | Магаданская область | Республика Калмыкия, Карачаево-Черкесская Республика, Еврейская АО, Ненецкий АО | Республика Алтай | | | |

Составлено автором на основе данных [8, с. 705—706, 716]

Таблица 4

Группировка субъектов РФ по объему розничного товарооборота на душу населения и доле сетей в розничном товарообороте, 2011 г.

| Товарооборот на душу населения, тыс. руб. | Доля сетей в розничном товарообороте, % | | | | | |
|---|---|---|---|--|--|---|
| | 0,0–4,9 | 5,0–9,9 | 10,9–14,9 | 15,0–19,9 | 20,0–29,9 | 30,0–39,9 |
| 287 | | | | | Москва | |
| 175,0–199,9 | Сахалинская область | | | Свердловская область | Московская область | |
| 150,0–174,9 | Ямало-Ненецкий АО | | Томенская область (без АО), Ханты-Мансийский АО | | | Санкт-Петербург |
| 125,0–149,9 | | Республика Башкортостан | Республика Коми, Ненецкий АО, Красноярский, Пермский, Красноярский края | Ростовская, Самарская, Нижегородская области, Республика Татарстан | Мурманская, Новосибирская области | |
| 100,0–124,9 | Республика Дагестан, Чукотский АО | Смоленская, Архангельская, Магаданская, Амурская области, Республика Бурятия, Приморский, Камчатский край | Калужская, Челябинская, Кемеровская области, Ставропольский край | Брянская, Воронежская, Тамбовская, Тверская, Калининградская, Астраханская области, Хабаровский край, Республика Карелия | Белгородская, Курская, Липецкая, Тульская, Ярославская, Новгородская, Омская области | Ленинградская, Псковская области, Республика Адыгея |
| 75,0–99,9 | | Республики Кабардино-Балкарская, Хакасия, Курганская область, Забайкальский край | Костромская, Иркутская области, Еврейская АО | Ивановская, Оренбургская, Пензенская, Кировская, Саратовская, Ульяновская, Томская области, Удмуртская, Чувашская Республики | Владимирская, Орловская, Рязанская, Волгоградская области, Республика Алтай | |
| 50,0–74,9 | Чеченская Республика | | Карачаево-Черкесская Республика | Республики Марий Эл, Мордовия, Алтай | | |
| 25,0–49,9 | Республики Ингушетия, Тыва | | Республика Калмыкия | | | |

Составлено автором на основе данных: [8, С. 705–706, 716].



5. Имеет смысл подробно изучить, почему хорошо освоенные индустриально-аграрные регионы с довольно развитой сферой услуг и товарооборотом на душу населения, превышающим 100 тыс. рублей в год (2011 г.), имеют долю сетей в розничном товарообороте всего от 5 до 14,9% (Башкортостан, Краснодарский и Ставропольский края, Калужская, Костромская, Смоленская, Челябинская, Кемеровская области). Ведь в ряде регионов с аналогичными социально-экономическими характеристиками наблюдается более высокая доля сетей (Республика Татарстан, Ростовская, Самарская, Брянская, Калининградская, Воронежская области и др.). Целесообразно оценить роль институциональных факторов, которые предположительно имеют большое значение в формировании указанных различий.

Список литературы

1. Санников О. В. Особенности розничной торговли в России // Проблемы местного самоуправления. URL: <http://www.samoupravlenie.ru/48-08.php> (дата обращения: 05.07.2013).
2. Розничная торговля: итоги I полугодия 2012 года : аналитический обзор // Национальное рейтинговое агентство. URL: http://ranational.ru/uploads/rus/files/analytic/file_review/016c75762e935c1ef818615cc53256a5.pdf (дата обращения: 8.08.2012).
3. Стратегия развития торговли в Российской Федерации на 2011–2015 годы и период до 2020 года. URL: <http://www.minpromtorg.gov.ru/ministry/strategic/sectoral/9> (дата обращения: 7.08.2013).
4. О состоянии розничной торговли в 2011 году и I полугодии 2012 года. URL: http://www.gks.ru/bgd/regl/B12_04/IssWWW.exe/Stg/d05/2-torg-1.htm (дата обращения: 11.06.2013).
5. Retail perspectives from Deloitte. January 2012. URL: www.deloitte.com/consumerbusiness (дата обращения: 25.07.2013).
6. Перспективы мировой розничной торговли. URL: <http://www.franchexpert.ru/node/35> (дата обращения: 7.08.2013).
7. Большечев О. Н. Пространственное развитие сетевых предпринимательских структур сферы услуг: методика отбора городов для размещения новых объектов торговой сети // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. 2013. № 1. С. 156–166.
8. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2012. М., 2013.
9. Розничные сети: степень развития в России. URL: <http://www.shopandmall.ru/analyt> (дата обращения: 05.05.2013).

Об авторе

Олег Николаевич Большечев – канд. экон. наук, научный руководитель Лаборатории сетевых исследований, Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Калининград.

E-mail: lsi@kantiana.ru

About the author

Dr Oleg Bolychev, Research Supervisor, Laboratory for Network Studies, Immanuel Kant Baltic Federal University, Kaliningrad.

E-mail: lsi@kantiana.ru