

УДК 3977

АНАЛИЗ РЫНКА РИТЕЙЛЕРОВ В ПРИМОРСКОМ КРАЕ

ЛИВАНДОВСКАЯ АНАСТАСИЯ РОМАНОВНА

Студент

ВГУЭС «Владивостокский государственный университет»

Научный руководитель: Лебединская Юлия Сергеевна

к.э.н., доцент

ВГУЭС «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса»

Аннотация: для рынка ритейл-бизнеса в Приморском крае характерны постоянные быстрые изменения, которые должны учитывать торговые предприятия. Возникает необходимость систематизации существующих тенденций рынка, особенно с позиций требований потребителя, а также существующих инноваций как способа достижения устойчивых конкурентных преимуществ. В данной работе проведен анализ рынка ритейлеров в Приморском крае.

Ключевые слова: ритейл, продуктовый ритейл, Приморский край, рынок, сетевые компании.

ANALYSIS OF THE RETAILER MARKET IN PRIMORSKY REGION

Livandovskaya Anastasia Romanovna*Scientific adviser: Lebedinskaya Yuliya Sergeevna*

Abstract: the retail business market in the Primorsky Territory is characterized by constant rapid changes, which must be taken into account by trade enterprises. There is a need to systematize existing market trends, especially from the standpoint of consumer requirements, as well as existing innovations as a way to achieve sustainable competitive advantages. This paper analyzes the retail market in the Primorsky Territory.

Key words: retail, grocery retail, Primorsky Krai, market, chain companies.

В Приморском крае наблюдается активная конкуренция на рынке ритейла, что объясняется значительной численности населения. Значительное влияние на прибыль компаний вызывает экономическая ситуация в стране, которая выступает как индикатор уровня покупательной способности населения. Указанные обстоятельства приводят к изменению ассортимента и качества продукции в различные периоды времени в Приморском крае. Наряду с этим интенсификация внедрения инновационных технологий приводит к корректировке маркетинговых стратегий компаний.

Учитывая национальные и региональные особенности Приморского края в определенных временных промежутках и инновационные технологии в сфере ритейла, компании вынуждены постоянно уделять внимание адаптации собственных стратегий с целью максимизации лояльности целевой аудитории. Наряду с приведением в соответствие с уровнем покупательной способности населения стоимости товаров и их ассортимента, сети активно экспериментируют с форматом торговых заведений и их оборудованием инновационным оборудованием и специализированным программным обеспечением [3].

Вопросу современных тенденций развития ритейл-бизнеса посвящены работы многих авторов [1-5]. В частности, исследуются тенденции покупательского поведения потребителей ритейл-услуг [4],

рассматривается инструментарий продовольственного ритейл-брендинга [2], исследуются интерактивные инструменты продвижения в коммуникационной политике ритейлеров [5], анализируются тенденции развития сетевого ритейла [3]. Впрочем, остается необходимость систематизации существующих тенденций развития ритейл-бизнеса, в частности новых требований потребителей к ритейл-сервиса, и конкретизации инноваций ритейл-рынка в соответствии с этими требованиями.

В современных условиях рынок продуктового ритейла в России имеет определенные перспективы для роста. Есть ряд демографических, экономических и социальных факторов для его постепенного развития. Согласно официальным данным в Приморском крае проживает около 1,9 млн человек, то есть стабильный спрос на продукты питания, одежду, бытовые товары и т.д., от значительной численности потребителей.

Наряду с этим есть ряд негативных факторов, сдерживающих развитие рынка промышленного ритейла, особенно в сельской местности и малых городах. Ключевую роль здесь играет низкий уровень покупательной способности населения вследствие кризисных явлений в России, и Приморском крае в частности. Вместе с тем к демографическим проблемам следует отнести трудовую миграцию населения в соседние страны, прежде всего в Китай, что приводит к сокращению потребления продуктов питания, одежды и т.д. [4].

Комплексное исследование рынка ритейла в Приморском предполагает анализ ситуации конкурентной среды и определения позиций основных игроков рынка. В процессе исследования необходимо рассмотреть основные показатели деятельности лидирующих торговых сетей.

Среди всех российских регионов по присутствию на своей территории международных брендов Приморский край на текущий момент является аутсайдером. Только 5% от общего количества имеющихся в стране глобальных ритейлеров открыли здесь свои магазины. Тем не менее, это совершенно не говорит о том, что регион не представляет никакого интереса для федеральных и международных игроков. Скорее наоборот, розничные сети проявляют заинтересованность в дальнейшем развитии на территории Приморского край. Удаленность от Москвы являлась главным фактором сдерживания для активного внедрения ритейлеров в данный регион.

Логистика торговых организаций большинства крупнейших сетей при всей близости Приморского края к странам-поставщикам основной продукции для глобальных брендов (странам Юго-Восточной Азии и Китаю) осуществляется через расположенные в Центральной России распределительные центры. Разница в часовых поясах и географическая удаленность от Москвы также сказывалась на качестве управления сетевыми точками. До сих пор для большого количества технологических сфер, бизнеса кинопоказа, в частности, одним из факторов сдерживания для выхода в регион, выступает необходимость круглосуточного контроля деятельности локальных точек. Ведь в то время, как во Владивостоке рабочий день подходит к концу, в Москве он только начинается.

В Приморском крае в отсутствие продуктовых топ-сетей прочно сумели закрепиться собственные региональные игроки. Ведущими позициями в FMCG-секторе региона обладает ГК «Невада Групп», развивающая сети в различных форматах - супермаркеты «Наш Универсам», гипермаркеты «Самбери», а также магазины шаговой доступности «Раз Два».

Любопытно, что, ГК «Невада Групп» проводя в течении длительного времени экспансию сети «Самбери», осуществила в 2014 – 2015 ряд сделок с целью поглощения небольших торговых локальных сетей, что дало ей возможность закрепиться во всех сферах торговли продовольственными товарами. Гипермаркеты «Самбери», которые являются ведущим проектом компании, действуют в Приморском крае и являются при этом якорными арендаторами самых крупных ТЦ Владивостока.

На российском рынке работают начинавшие свою деятельность именно с городов Приморского края розничные компании. Наиболее известные из них – магазины бытовой и цифровой техники ДНС, а также сеть гипермаркетов товаров для детей Бубль Гум. Свое развитие обе эти компании начали с открытия собственных точек в Приморском крае и на данный момент они там же остаются лидерами по представленности в своем профиле. Пока не развивается в регионе Детский мир, являющийся крупнейшим ритейлером розницы детских товаров. Из действующих в регионе представителей ведущей тройки продавцов бытовой техники можно назвать Эльдорадо и М.Видео, последний из которых, «зая-

корив» в 2016 году два ТЦ во Владивостоке, приступил к активному освоению Приморского края. Как неоднократно было заявлено руководством компании, Приморский край представляет для них одно из наиболее приоритетных направлений для открытия новых магазинов. В таблице 1 представим структуру рынка ритейлеров в Приморском крае [2].

Таблица 1

Структура рынка ритейлеров в Приморском крае

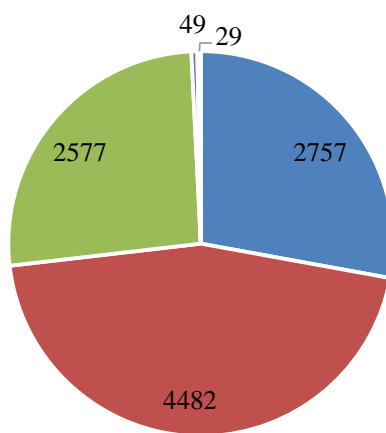
Направление ритейла	Основные представители	Особенности развития рынка ритейлеров
Продуктовый ритейл	ООО «Реми-Фарм», сеть супермаркетов «Фреш 25», ООО «Тихоокеанское» - краевого значения; ООО «Самбери», ООО «Светофор» - регионального значения	Рынок продуктового ритейла Приморского края развивается активно: открылся ряд новых гипермаркетов, а действующие на рынке местные сети Приморского края открыли новые магазины
DIY-ритейл	Leroy Merlin	Вступил на рынок приморья в 2019 году.
Непродовольственные ритейлеры	сеть гипермаркетов детских товаров Бубль Гум и магазины цифровой и бытовой техники ДНС, Эльдорадо и М.Видео	Более прочные позиции здесь до сих пор занимают местные региональные игроки (местные предприниматели), которые и компенсируют их отсутствие на дальневосточном рынке
fashion-сегмент ритейла	Zara, H&M, New Yorker, Terranova	Рынок fashion-ритейла далек от насыщения. Пока основным сдерживающим фактором активной экспансии в регионе является отсутствие подходящих площадей.

Из-за того, что регион имеет большую удаленность от Москвы активность большинства крупных ритейлеров в таких регионах еще довольно низкая. И до недавнего времени этот фактор для таких компаний являлся сдерживающим. Хотя если взять Приморский край, то присутствие федеральных и международных брендов во Владивостоке по целому ряду профильных сегментов более активное. То есть по сравнению с другими российскими регионами Владивосток в этом плане наиболее зрелый. А вот основные федеральные и международные операторы в большей мере представлены магазинами своих локальных партнеров. Среди таковых, к примеру, международные фэшн-бренды, как New Yorker и Terranova, «прямых» магазинов которых совсем немного. А некоторым владельцам профессиональных ТЦ приходится заниматься деятельностью, не соответствующей своему профилю. Так ТЦ «Калина Молл» во Владивостоке, заключив с федеральными и международными брендами договор франчайзинга, самостоятельно привел их в Приморский край.

Среди основных проблем тормозящих развитие рынка ритейлеров в Приморском крае также является отсутствие в данном регионе качественных площадей, соответствующих международным fashion-операторам. В дальнейшем все интересные от международных брендов открытия магазинов ожидать стоит в составе строящихся в регионе недавно запущенных ТЦ.

В Приморском крае на сегодняшний день насчитывается более чем 300 розничных торговых сетей. Среди торговых сетей основная доля, осуществляющих свою деятельность в виде организаций розничной торговли (рисунок 1). Региональный ритейлер «Самбери» ведет активную политику по увеличению количества торговых заведений в своей структуре: открытие новых гипермаркетов, а также поглощение магазинов мелких сетей [3].

Продовольственные магазины включают в себя 6 гипермаркетов, супермаркетов – 73, универсамов – 51, универмагов – 13, торговых домов – 27, торговых центров – 78 и торговых комплексов – 31. На рынке продуктового ритейла Приморского края крупнейшими на сегодняшний день продовольственными сетями являются торговые сети краевого значения, такие как «Самбери» и «Реми»



- продовольственные магазины
 - со смешанным ассортиментом товаров магазины
 - комиссионные магазины
- непродовольственные магазины
 - дискаунтеры

Рис. 1. Структура рынка ритейлеров в Приморском крае

Рынок ритейла является высококонкурентным, поэтому текущая ситуация с распределением компаний с объемами торговых площадей не является постоянной. Незначительная доля открытие новых торговых учреждений в Приморском крае объясняется низким уровнем жизни населения и дефицитом для открытия магазинов торговыми сетями. Другими факторами объясняется отсутствие активного открытия новых магазинов в Приморском крае: в данной географической зоне активно развиваются региональные торговые сети, что успели провести экспансию на данном рынке и захватить его большую часть в прошлые периоды времени.

В условиях значительной конкуренции торговые сети, имеющие значительные инвестиционные ресурсы, вкладывают их в внедрения инноваций в рамках маркетинговых стратегий. Указанный подход укладывается в концепцию диджитализации маркетинга, который является важным трендом современности. Так, сеть «Светофор» открыла магазин нового формата, в котором размещено видео стены: в зале торгового заведения размещено 40 мониторов, крупнейший из которых - 8,8x1,28 метров. Указанные панели установлен в гастрономии, кулинарии, мясном и рыбном отделах, и демонстрируют соответствующий тематический контент. Посетителей с помощью экранов информируют о действующих акциях, с целью стимуляции спроса транслируют соответствующие рецепты и серверовки блюд и тому подобное. Над каждой из 16 касс также установлено экраны, позволяет максимизировать эффективность воздействия на стимулирование спроса потребителей на отдельные категории товаров.

Учитывая современные тенденции, продуктовые сети в Приморском крае начали активно внедрять инновационные технологии в сфере цифрового маркетинга. Сеть «Самбери» перенесла свою программу лояльности в мобильное приложение, которое объясняется использованием смартфонов большим количеством клиентов компании.

В современных условиях наблюдается активное развитие рынка ритейла в Приморском крае. Учитывая существенную конкуренцию между компаниями в регионе, является потребность в разработке и реализации эффективных маркетинговых стратегий, которые позволят максимизировать количество клиентов на долгосрочный период времени. Активное развитие инновационных технологий и их внедрения в сфере цифрового маркетинга дает отечественным ритейлерам Приморского края широкие возможности для применения передовых подходов в процессе привлечения целевой аудитории. Отдельное место в этом направлении отводится развитию заказ товаров через Интернет, в том числе через мобильные приложения, поскольку постепенно растет численность клиентов, которые отдают предпочтение приобретению товаров питания благодаря технологии e-commerce

Список литературы

1. Попов А.В. Приморье ждет сети [Электронный ресурс] / А.В. Попов // Эксперт Онлайн. Деловой аналитический портал. – Режим доступа: <https://expert.ru/2013/03/29/primore-zhdet-seti/>
2. Спрос на торговые площади на Дальнем Востоке России [Электронный ресурс] // Администрация Приморского края: официал. сайт. – Режим доступа: <https://www.malls.ru/rus/analytics/rynok-riteyla-dalnego-vostoka.shtml>
3. Рынок продуктового ритейла Дальнего Востока смешал разные форматы розничных сетей [Электронный ресурс] // Администрация Приморского края: официал. сайт. – Режим доступа: <https://www.retail.ru/articles/rynok-produktovogo-riteyla-dalnego-vostoka-smeshal-raznye-formaty-roznichnykh-setey/>
4. Астахова Е. В. Анализ конкурентоспособности предприятий розничной торговли Приморского края // АНИ: экономика и управление. 2016. №3 (16). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-konkurentosposobnosti-predpriyatiy-rozничной-torgovli-primorskogo-kрая> (дата обращения: 04.07.2021).
5. Ритейл ДФО и Сибири хочет противостоять приходу федеральных компаний [Электронный ресурс] // Администрация Приморского края: официал. сайт. – Режим доступа: <https://www.eastrussia.ru/news/riteyl-dfo-i-sibiri-khochet-protivostoyat-prikhodu-federalnykh-kompaniy/>

© А.Р Ливандовская, 2021