

9.9. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ТОРГОВЛИ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА

Якимчик Д.А., аспирант

Всероссийская государственная налоговая академия Минфина РФ

В статье проводится анализ состояния российской торговли в условиях современного экономического кризиса. Исследуются проблемы снижения доходности торговых компаний в различных сегментах рынка. Рассматриваются важные аспекты нового закона о торговле, отмечающего его сильные и слабые стороны.

В экономике развитых стран мира значительную долю валового внутреннего продукта обеспечивает торговля: она составляет от 20% до 30%. В сфере обращения не только реализуется произведенная продукция, но и осуществляется связь производителя с потребителем, обеспечивается баланс между рыночным спросом и предложением. Чем эффективнее и стабильнее функционирует торговля, тем больше выгоды получают не только конкретные участники оптовых и розничных торговых сделок, но и все общество в целом.

С переходом российской экономики на принципы рыночного обмена произошло существенное изменение роли внешней и внутренней торговли, появились новые формы ее организации. Качественно трансформировались структура и характер обменных процессов, их механизм. Вместе с тем появились не только новые возможности ведения торговли, но и увеличались масштабы связанных с этим рисков. Как правило, они заключаются в вероятности возникновения тех или иных форм прямого и косвенного ущерба, в угрозе неполучения ожидаемой прибыли или несения убытков.

Становление рыночной модели социально-экономического развития страны привело к расширению зоны неопределенности, связанной с быстрой изменчивостью экономической конъюнктуры, с обострением конкуренции, появлением новых видов конкурентной борьбы, широким распространением технических и технологических новшеств и изобретений.

Новые условия ведения бизнеса, современный финансовый кризис настоятельно требуют выработки научно обоснованных рекомендаций, направленных на сохранение рыночных позиций организаций торговли, на минимизацию торговых рисков и, в конечном итоге, на максимизацию прибыли. Однако среди специалистов и практиков торговли до сих пор нет единого понимания проблем развития российской торговли, сути современных торговых рисков, факторов, определяющих их возникновение и путей преодоления возникающих трудностей. Так, например, по одним оценкам, рост российского рынка одежды должен был составить в 2008 г. 15%. Однако по подсчетам, например, Fashion consulting group, его темпы, наоборот, должны были сократиться почти в два раза.

В настоящее время из-за высокой степени банкротств, распространения рейдерства, в торговом секторе экономики активно идут процессы структурной реорганизации. Наблюдается рост слияний и поглощений среди ритейлеров, в которых участвуют не только крупные торговые сети, но и средние и мелкие формы организации торговли, включая физических лиц, занимающихся предпринимательской деятельностью без оформления юридического лица. В настоящее время в регионах насчитывается 40

торговых сетей, причем независимые сети не имеют статуса федеральных или межрегиональных сетей.

Специфика структурной реорганизации в торговом секторе российской экономики заключается в том, что, как правило, происходит не покупка, а присоединение бизнеса. При этом, сколько стоит бизнес, никто точно не знает.

Сегодня на рынке торговых услуг отсутствуют условия для развития конкуренции из-за доминирования крупных торговых сетей. Установились высокие барьеры входа на рынок для производителей товаров и посредников.

Как следствие сложившейся ситуации – высокая информационная асимметричность российского рынка, широкое использование инсайдерской информации, что свидетельствует о наличии существенных возможностей для манипулирования рынком.

Данная проблема осложняется несовершенством сложившегося механизма взаимодействия и неупорядоченностью отношений крупного торгового бизнеса со средним и мелким бизнесом. Последние характеризуются низким качеством менеджмента и распространенным пренебрежением инструментами маркетинга для изучения рынка и условий продвижения продукции.

В условиях кризиса, недостаточности кредитных ресурсов и оборотных средств происходит частичный возврат к бартеру. Выдача кредитов осуществляется под очень жесткие залоги. Долговая нагрузка многих компаний составляет сегодня от 7% до 14% оборота.

До кризиса наиболее доходным был одежный ритейл, который приносил моллам (торговым центрам) до 70% доходов.

В 2003 г. в Российскую Федерацию пришла компания Indtex, которая является одним из мировых лидеров одежного ритейла – в Московском торговом центре «Мега» открылся ее первый магазин Zara. Одна из активно развивающихся российских сетей Sela насчитывала на начало 2009 г. 540 собственных и франчайзинговых магазинов.

Сегодня при заметном падении спроса на одежду владельцы торговых центров вынуждены считаться со значительным снижением рентабельности и реальной возможностью банкротства. Так, в Ангарске с населением в 250 тыс. чел. магазин финского производителя одежды Finn Flare за год к октябрю 2008 г. нарастил оборот продаж в полтора раза. Но после того как в городе закрылся крупный химический завод уже через две недели продажи сократились на 25%. У крупного столичного центра «Европейский» поток покупателей в октябре 2008 г. сократился на 20%, а в ноябре – еще больше.

В целом в это же время, по оценкам ритейлеров, на 15% снизились продажи одежды по итогам 3-го квартала по сравнению с аналогичным периодом 2007 г. В ноябре 2008 г. закрылся проект молодежной марки, под который работало 10 собственных магазинов и около 100 франчайзинговых.

Рост безработицы и пессимизм относительно ближайшего будущего тех, кто работу имеет, обходится ритейлерам с сентября 2008 г. в среднем в 10-30% ежемесячной выручки, а по итогам 2009 г. может составить 70%. (Рентабельность одежного ритейла составляла до 28% при средней по отрасли 20%, в текущем году максимально благоприятный прогноз не превышает 5%).

Происходит сокращение потребительского спроса на широко разрекламированную и брендированную импортную продукцию при отсутствии собственного производства некоторых видов потребительских товаров.

Чтобы сохранить рыночную долю и необходимый уровень доходности своего бизнеса, ритейлеры начали решать задачу снижения издержек. Одной из самых затратных статей расходов остается арендная плата, которая обходится в среднем в 10-20% оборота.

В июле 2008 г. арендные ставки в торговых центрах Москвы выросли на 28% по сравнению с 1-м полугодием 2007 г.

Высокие арендные ставки владельцев торговых площадей отмечаются Союзом независимых сетей России как актуальная проблема развития российской торговли. На конец 2008 г. на съем помещений приходилось 60-80% затрат ритейлеровских компаний. Владельцы торговых центров в настоящее время стоят перед выбором: заморозить ставку, рискуя потерять арендаторов, или же опустить ее с риском обанкротиться.

По прогнозам специалистов, к концу текущего года ставка на аренду торговых центров может снизиться на 30%, а в наиболее престижных местах организации торговли – более чем в два раза (арендные ставки на Тверской улице г. Москвы уже упали более чем на 50%).

Вместе с тем, для решения вопроса о снижении арендной ставки, Ассоциация предприятий индустрии моды в ноябре 2008 г. распространила открытое письмо в адрес владельцев помещений с предупреждением: если владельцы помещений не пойдут на уступки, то ближайшие два года станут временем массового закрытия торговых точек.

Однако в ответном письме Российского совета торговых центров (около 70 членов) отмечалось, что развитие форматного ритейла возможно только за счет новых и расширяемых торговых центров, окупаемость которых составляет от 8 до 11 лет. Поэтому сокращение расходов «неизбежно спровоцирует снижение класса торговых центров и превращение их в депрессивные объекты, больше подходящие под определение «рынок».

Часть владельцев торговых площадей все еще уверены, что смогут заменить выбывших арендаторов, однако сегодня это далеко не очевидно.

Имеют место примеры деятельности в этом направлении ритейлеров, обеспечивающих наибольший приток посетителей. Крупнейшая сеть бытовой техники «Эльдорадо» в середине января 2009 г. в ультимативной форме предложила партнерам-девелоперам перейти на процент с оборота, ограничившись 4%, угрожая покинуть торговый центр. Сеть таким образом запросила скидку в 20-40%. Аналогичный переход с фиксированной ставки на процент с оборота осуществила и «Техносила».

В целом, по данным газеты «Коммерсант», уже в январе 2009 г. на уступки по уменьшению арендной ставки пошли около 80% арендаторов.

В сложившейся ситуации страдают мелкие ритейлеры – им, как правило, не удастся снизить арендную ставку до необходимого с точки зрения прибыльности бизнеса уровня. Это означает, что таким компаниям придется либо покидать рынок, либо продолжать работать в очень сложных условиях. Так, в Екатеринбурге сеть медиамаркетов «Сфера» покинула торговый центр «Дирижабль», где арендовала почти 1 000 кв. м площадей, так как молл не пошел на снижение ставок.

Некоторые компании вынуждены просто ликвидировать свой бизнес. Так, «Росбилдинг», запустив полтора года назад крупный одежный проект «Модный сезон», намеревался открыть в 2010-2012 гг. 200 одежных гипермаркетов во многих регионах страны. К декабрю 2008 г. было открыто пять магазинов, но проект так и не вышел на самоокупаемость, и бизнес был закрыт. В целом в 2009 г. с рынка могут уйти примерно 40% мелких ритейлеров и до 5% – крупных.

Избежать банкротства через дополнительную эмиссию возможно только для заемщиков, располагающих наличием крупных активов. В январе 2008 г. ГК «Дикая орхидея» рассчиталась с кредиторами вместо денег своими акциями. А торговая сеть Ultra Electronic, предложив своим поставщи-

кам техники конвертировать задолженность в акции ЗАО «Ультра электроник АГ Рус», согласия на проведение такой сделки не получила. Поставщики от акций банкрота отказались и, как следствие, 25 мая 2008 г. закрылся последний магазин сети.

С учетом средней доходности торговых центров критичным для недавно открытого молла оказалось снижение арендных ставок на 40%. Не имея возможности платить по кредитным обязательствам, инвестору придется отдать торговый центр банку. Так же пострадал екатеринбургский девелопер «Киткэпитал»: он успел открыть шесть торговых центров из 40 запланированных до того, как подал в суд заявление о признании себя банкротом.

В настоящее время такие процессы активно происходят и в РФ, и в Прибалтике, и на Украине и в других странах и регионах постсоветского пространства.

Существует позитивный опыт организации западной торговли, учет которого позволяет выйти на компромиссные варианты оплаты аренды – в процентах от оборота. В Западной Европе платеж состоит из двух частей: фиксированной и подвижной, привязанной к обороту. По расчету экспертов¹, крупный ритейлер, например «Спортмастер», в условиях нарастающего падения продаж мог бы за счет перехода всех своих торговых точек на процент с оборота сэкономить около 40 млн. долл. в год.

Сегодня 5% от оборота платят торговым центрам продуктовые ритейлеры, около 80% – фудкорты.

Опрос экспертов свидетельствует, что в течение 2009 г. падение ставок для успешных торговых центров составит 10-15%, для неуспешных – до 50%. У инвесторов, которые только достраивают торговые центры, ставки должны снизиться на 20-30%. На рынке отдельно строящихся в Москве торговых помещений ставки уже упали на 40%.

В этой ситуации пострадают и банки, которые окажутся перед выбором: либо продлить кредиты девелоперам, либо отбирать моллы у убыточных инвесторов. В выигрыше останутся те инвесторы, которые вышли на рынок раньше других и успели расплатиться по кредитам.

Динамика объема предложения торговой недвижимости отражена в табл. 1.

Таблица 1

ОБЪЕМ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

Тыс. кв. м.	
Год	Объем предложения
2001	1 077
2003	2 058
2005	3 468
2007	5 012

В середине 2008 г. в Москве работало 167 торговых центров – в 2001 г. их было в шесть раз меньше. В этот же период занимали площади:

- 25% – обувь, одежда, аксессуары;
- 21% – продукты питания;
- 13% – развлекательные центры;
- 8% – спортивные и детские товары;
- 33% – остальное.

На фоне других продавцов достаточно стабильно положение продуктовых ритейлеров. Несмотря на то, что они имеют большую задолженность, их банкротство невыгодно ни поставщикам, ни государству. Поэтому сетевая продуктовая розница менее уязвима. Однако это касается только крупных гипермаркетов и дискаунтеров. Главное преимущество основных сетей, таких как «Ашан», «Метро», «Седьмой континент», ГК «Виктория», «Магнит», «Дикси», X5 в том, что спрос на продукты питания остается доста-

¹ Секрет фирмы, 2009 – №1, с. 95.

точно устойчивым, а рынок продуктового ритейла еще не насыщен. Даже если вследствие кризиса покупательная способность населения сократится, к массовому отказу от услуг продуктового ритейлера это не приведет: спрос населения на современные форматы торговли в РФ, по мнению экспертов, удовлетворен не более чем на 40%.

Вместе с тем, согласно данным Nielsen, сегодня потребители отказываются от покупки товаров отдельных категорий. Так 10% опрошенных перестали покупать торты и пирожные, 8% отказались от мяса и столько же от водки. В целом 73% покупателей, по сравнению с 2008 г., стали более экономно подходить к покупкам продуктов питания и товаров повседневного спроса.

Ритейлеры должны быть готовы к падению объемов выручки при сохранении прежнего физического объема продаж из-за перехода потребителей на более дешевые продукты. При этом следует ожидать падения покупательского спроса не менее чем на 10-15%. В наибольшей степени это коснется сетей, торгующих товарами премиум-класса, мелких и средних сетей, таких как «Самохвал», «Мосмарт» и др.

Часть ритейлеров в октябре 2008 г. попала в список стратегически важных компаний – это означает, что они могут рассчитывать на помощь государства. Кредитную линию от ВТБ на 7 млрд. руб. получили X5, «Магнит» и «Седьмой континент» – займы по 2,5 млрд. руб. Однако последнему это не помогло и, несмотря на дополнительные 560 млн. долл. от Deutsche bank, которые он получил под 74,81% акций компании, владельцы ищут покупателя на свои активы. ВЭБ отказался рефинансировать этот кредит.

По данным компании «Ренессанс капитал», оборот продуктового ритейла в 2008 г. составил 5,7 трлн. руб. при росте в 16% – это на 8% меньше, чем в 2007 г.

Одной из актуальных проблем развития продуктового ритейла является отсутствие рынка услуг аутсорсинга. Кроме того, торговые организации лишены права ограничивать круг поставщиков сельскохозяйственных товаров устанавливать предельные отпускные цены и возвращать поставщику нереализованные товары. В рознице нет построенного бизнеса.

Сегодня независимо от формата ритейлеры вынуждены оптимизировать издержки путем сокращения персонала магазинов и офисов, снижения уровня заработной платы, сокращения расходов на логистику, отказа от импорта из-за падения курса отечественной валюты. Чтобы остаться на рынке, компаниям приходится жертвовать определенной частью маржи, снижая цены на некоторые виды продукции.

Оборот торговли в российской экономике в первом квартале 2009 г. составил 3 272 трлн. руб., что характеризует ее снижение на 1,1% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. В условиях кризиса многие товары стали труднодоступными для значительной части населения.

Отсутствие в торговой бизнес-практике таких норм, как определение перечня видов товаров первой необходимости, установление правил продажи товаров по сниженным ценам, регулирование наценки на социально значимые виды товаров, государственная поддержка социально незащищенных граждан и вменение продавцам в обязанность реализацию товаров малоимущим и пенсионерам со скидкой заставили ускорить принятие закона о торговле, отвечающего требованиям современной ситуации.

В законе определена норма прибыли торговой организации на уровне 3-15%, маржа между оптовой закупочной ценой и продажной – 10%. Однако там отсутствуют такие понятия как торговая наценка, доминирующая позиция на рынке, а также в разработанном типовом договоре слабо учитываются интересы регионального ритейла.

Подводя итог исследования состояния российской торговли в современных условиях, следует отметить основные проблемы ее организации и функционирования:

- отсутствие стратегии развития отрасли;
- недостаточная институализация отношений поставщика и продавца, торговых сетей и покупателей;
- не выработаны основы деятельности торговых организаций по соблюдению требований по качеству реализуемых ими товаров и финансовой отчетности перед государством;
- низкий уровень развития федеральной и региональной торговой инфраструктуры – мало специализированных организаций в логистике и транспорте;
- недостаточна роль государства в развитии торговой инфраструктуры.

Решение указанных проблем невозможно без активного взаимодействия торгового бизнес-сообщества и государства, совместных скоординированных действий по устранению существующих барьеров для успешного развития российской торговли.

Литература

1. Ведомости, от 01.06.2009.
2. Коммерсант, от 09.04.2009
3. Отрасли // РБК, Мир в цифрах, - 2009 – № 5, с. 77
4. Редчикина О. Пережить динозавров // РБК, 2009 – №6, с. 87-88.
5. Секрет фирмы, 2009 – № 1, с. 2.
6. <http://www.e-commerce.ru>

Ключевые слова

Экономический кризис; ритейл; торговые сети; торговые риски; инвесторы; арендная ставка; сокращение спроса; снижение издержек; торговая инфраструктура.

Якимчик Дмитрий Александрович

РЕЦЕНЗИЯ

Актуальность темы. Необходимость принципиальных качественных изменений в сфере торговых услуг вызвана поиском новых источников и факторов ее роста в условиях экономического кризиса и глобальных вызовов международной конкуренции.

Научная новизна и практическая значимость. К несомненным достоинствам рецензируемой работы относятся аргументированная, подкрепляемая убедительными практическими данными оценка современного состояния российской торговли. Автор дает характеристику происходящих изменений в торговой сфере на примере конкретных компаний в различных сегментах рынка торговых услуг, уделяет внимание важным аспектам правового обеспечения российской торговли.

Значимое место в работе отводится вопросам поиска источников и направлений развития торговой деятельности, который, по убеждению автора, должен начинаться с разработки общей стратегии развития отрасли, упорядоченности отношений поставщика и продавца, торговых сетей и покупателей, совершенствования торговой инфраструктуры. В статье убедительно доказывается необходимость решения организационно-правовых вопросов развития торговли с учетом сложившейся социально-экономической ситуации в стране.

Заключение. Представленная на рецензию статья соответствует современным требованиям к научным работам и может быть рекомендована к публикации.

Стрелкова И.А., д-р экон. наук, профессор Всероссийской государственной налоговой академии Минфина РФ

9.9. CURRENT PROBLEMS OF RUSSIAN TRADE DEVELOPMENT UNDER CONDITIONS OF ECONOMIC CRISIS

D.A. Yakimchik, postgraduate student

*All-Russian State Tax Academy,
Ministry of finance of the RF*

In the article is analyzed the situation in Russian trade in condition of the global economic crisis. The article investigates the issues of trading companies in connection with decrease in profitability in various segments of the market. The most important aspects of new trade law, weaknesses and strengths of it are considered.

Literature

1. Vedomosti, 1 june, 2009.
2. Kommersant, 9 april, 2009
3. Economic sectors // RBC, World in figures, 2009 – № 5, p.77
4. Redchikova O. To outlive dinosaurs // RBC, 2009 – № 6, p. 87-88.
5. Secret firmi (Corporate secret), 2009 – № 1, p.2.
6. <http://www.e-commerce.ru>

Keywords

Economic crisis; retail; trading networks; risks; investors; rent rate; reduction of demand; decrease in costs; a trading infrastructure.