

УДК 339

*Е. С. Шабалина, М. М. Галеев*

Пермский государственный аграрно-технологический университет  
имени академика Д.Н. Прянишникова, Пермь, e-mail: greenpantera@rambler.ru

## РАЗВИТИЕ СЕТЕВОЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В ПЕРМСКОМ КРАЕ С УЧЁТОМ ИСТОРИЧЕСКИХ АСПЕКТОВ

**Ключевые слова:** история развития торговли; ярмарки; ларьки; торговые киоски; магазины; сетевая розничная торговля; конкурентоспособность.

История развития торговли на Пермской земле началась в XIV веке. Она прошла постепенное становление от продаж на рынках и ярмарках до появления современных оптовых и розничных предприятий. Появление с началом 2000 г. в Пермском крае розничных торговых сетей стало закономерным результатом перехода к рыночной экономике. В процессе рыночной модернизации российского продовольственного рынка возникли новые форматы торговли: супермаркеты, гипермаркеты, дискаунтеры, стали развиваться торговые сети, как крупные корпоративные предприятия торговли. До 2015 г. Пермский край активно участвовал в развитии региональных розничных сетей, однако, с 2015 г. наблюдается негативная тенденция – региональные розничные сети уходят с рынка. Так, за период с 2015 по 2019 г. было закрыто 110 торговых объектов пермских розничных сетей. Причинами является: сокращение покупок продуктов питания на 12,5 %, агрессивная политика завоевания рынка федеральными и иностранными сетями, высокие налоги, арендная плата, транспортные расходы. Стимулируя продажи, региональные розничные сети были вынуждены проводить акции, направленные на снижение реализационных цен, такая политика способствовала их банкротству. Одним из вариантов развития регионального рынка розничной торговли является создание организации, отличающейся от федеральной компании, реализуемыми бизнес-проектами, форматами, концепцией.

*E. S. Shabalina, M. M. Galeev*

Perm state agrarian and technological University named after academician  
D.N. Pryanishnikov, Perm, e-mail: greenpantera@rambler.ru

## DEVELOPMENT OF NETWORK RETAIL TRADE IN THE PERM REGION TAKING INTO ACCOUNT HISTORICAL ASPECTS

**Keywords:** the story of trade development; trade fair; stalls; shopping kiosks; shops; retail trade; competitiveness.

The history of trade development in Perm began in the XIV century. It has gone through a gradual development from sales at markets and fairs to the emergence of modern wholesale and retail businesses. Since the beginning of 2000, retail chains have appeared in the Perm region as a natural result of the transition to a market economy. In the process of market modernization of the Russian food market, new trade formats have emerged: supermarkets, hypermarkets, discounters, and retail chains have begun to develop as large corporate trading enterprises. Until 2015 Perm region actively participated in the development of regional retail networks, however, since 2015 there has been a negative trend – regional retail chains are leaving the market. So, during the period from 2015 to 2019, 110 retail objects of Perm retail chains were closed. The reasons are: a reduction in food purchases by 12.5 %, an aggressive policy of winning the market by Federal and foreign networks, high taxes, rent, and transportation costs. By stimulating sales, regional retail chains were forced to conduct actions aimed at reducing sales prices, and this policy contributed to their bankruptcy. One of the options for developing the regional retail market is to create an organization that differs from a Federal company in its business projects, formats, and concept.

### Введение

Целью работы является анализ деятельности продовольственных торговых сетей Пермского края. Рассмотрено развитие торговли Пермского края с XIV века по настоящее время. В статье приведены актуальные данные инвестиционной активности, платёжеспособного

спроса населения Пермского края, оборота розничной торговли. Выявлен главный ограничивающий фактор развития сетевой розничной торговли. Сделано предложение по развитию регионального рынка продовольствия, с целью сохранения и укрепления конкурентных преимуществ местных торговых структур.

### Цель исследования

Анализ деятельности продовольственных торговых сетей Пермского края.

### Материал и методы исследования

В работе использованы такие научные методы, как анализа и синтеза, монографический, абстрактно-логический, сравнения экспертной оценки.

### Результаты исследования и их обсуждение

Историю развития торговли на территории современного Пермского края можно проследить с XIV века, когда на эти земли стали перебираться жители центральных княжеств Руси, спасаясь от постоянных междоусобиц. Смешиваясь с местными финно-угорскими племенами, они организовывали постоянные поселения. Наиболее крупным городищем того периода являлось поселение Рождественское, располагавшееся на территории современного Карагайского района. Это был крупный центр ремесла и торговли. В середине XV века основан город Чердынь, один из старейших, ныне существующих городов Урала [1].

Масштабное развитие торговли началось в XVII веке после открытия на Урале больших запасов полезных ископаемых и началом развития металлургии. До 1917 г. в Перми торговая жизнь зависела от времени года. Зимой торговля значительно уменьшалась, весной, с открытием навигации на Каме, было оживление торговой деятельности. Первыми рейсами пароходов перевозились хлебные грузы. Постоянным спросом у населения пользовались бакалейная, галантерейная, мануфактурная, чайная продукция. По воскресным дням на ярмарки съезжался народ со всех Пермских земель и соседних регионов. Продавали пушнину, толокно, крупу, муку, мёд, вещи необходимые в повседневном крестьянском быту (шлемы, узды, набойки, китайки и т.д.) Из Перми вывозили лён, лес, свечи, мыло, табак, ткани, галантерею, растительное масло, хлеб. В 1832 г. в Перми в купеческой гильдии насчитывалось 102 человека.

Мощным толчком к развитию торговли в Перми в 1878 г. послужила про-

кладка к городу железнодорожной ветки. К концу XIX века стали появляться услуги предприятий общественного питания [2].

Начиная с XX в. в Перми каждый год проходило 3 городские ярмарки: «Петровская» с 29 июня по 2 июля. Основной товар: орудия крестьянского труда (молотки, серпы, плуги, косы и т.д.); «Евстафьевская» с 20 сентября по 23 сентября. Основной товар: скот, хлеб; «Екатерининская» с 24 ноября по 27 ноября. Основной товар: лошади.

После революционных событий 1917 г. торговля пошла на спад. По решению Пермской губернской продовольственной коллегии 24.08.1919 г. был запрещён вывоз в другие районы хлеба, муки, крупы, мяса, масла, чая, сахара, табака, шерсти, льна, нитей, кожи, галантерейных изделий. Свободные цены на продукты питания росли быстро. Были введены продовольственные карточки [3].

По окончании Великой Отечественной войны в 1945 г., торговля в целом и, розничная, в частности в г. Перми стала восстанавливаться. Начали открываться ларьки, магазины, заведения общественного питания. По данным Н.А. Граникиной к середине 50-х годов в Перми насчитывалось 1228 ларьков и торговых палаток, 538 магазинов, 188 ресторанов и кафе. Развитие торговли постепенно стало соответствовать возросшей платёжеспособности населения [2]. Преобладающей формой торговли являлись магазины и ярмарки [1].

Заметные изменения в торговле Прикамья произошли в конце XX века. В этот период Россия переживала радикальные политические изменения, что способствовало созданию новых организационно-правовых форм предприятий на основе не только государственно-муниципальной, но и частной собственности. Это послужило мощным толчком для развития предпринимательской активности как в производственной, так и торговой среде.

Вектор экономической целесообразности в сфере оборота начиная с 2000 г., всё более склонялся к развитию крупных торговых предприятий с разветвлённой сетью магазинов не только в рамках одного населённого пункта, но и в масштабах целых регионов страны. Помимо это-

го, в России стали работать глобальные продуктовые сети «Ашан», «Метро», имеющие штаб-квартиры во Франции и Германии.

Начиная с 2000-х г. на рынок в г. Перми начинают выходить региональные торговые сети. Первый супермаркет, в то время открывает компания «Виват» [4].

С этого момента в Пермском крае начинают активно развиваться розничные торговые сети, постепенно вытесняя традиционные форматы розничной торговли (рисунок).

Так, за 13 лет доля современных форматов торговли, к которым относят-

ся розничные торговые сети, выросла на 14,3 %. В количественном эквиваленте это составляет прирост предприятий сетевой розничной торговли на 3687 шт.

В процессе рыночной модернизации российского продовольственного рынка возникают такие форматы торговли, как супер- и гипермаркеты, дискаунтеры. Их развитие в форме крупных корпоративных предприятий торговли было принято бизнесом с целью расширения возможностей обеспечения населения качественными и безопасными продуктами питания широкого ассортимента (таблица 1).



Структура рынка розничной торговли Пермского края в 2005-2018 гг., % [5]

Таблица 1

Динамика развития розничных торговых сетей в Пермском крае

Торговая сеть, кол-во торговых объектов	Годы								
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
ООО «Добрыня» [6]	17	18	16	4	0	0	0	0	0
ООО «Виват» [7]	84	91	86	87	89	99	0	0	0
ООО «Семья» [8]	50	42	33	45	56	58	65	71	76
X5 Retail Group [9]	55	74	79	91	177	242	338	403	436
ООО «Лента» [10]	0	0	1	1	1	1	2	2	2
Holding Auchan SA [11]	0	0	0	0	1	1	1	1	1
Супермаркеты Берег ГК «Лион» [12]			11	9	9	8	7	3	2
АО «Тандер» (Магнит) [13]	38	54	112	159	218	272	326	366	393
METRO Cash and Carry [14]	1	1	1	1	1	1	1	1	1

Согласно данным таблицы 1 количество федеральных сетей («X5 Retail Group», ООО «Лента», АО «Тандер», ООО «Семья») в регионе с каждым годом увеличивается в среднем на 100 торговых предприятий, а количество региональных торговых сетей уменьшается. В 2015 г. обанкротилась торговая сеть «Добрыня», в 2017 г. обанкротилась торговая сеть «Виват», меньше стало супермаркетов «Берег». Данные организации не учли изменение социальных факторов (изменения в структуре населения и темпов его развития, повышение потребительской грамотности, изменение платежеспособности конечного потребителя, изменения потребительских предпочтений, рост требований к качеству продукции и другие) и стали уменьшать ассортимент товаров по причине задолженности поставщикам. Компаниям необходимо было вовремя расплачиваться с долгами или искать других поставщиков, прибыль от продаж товара могла закрыть предшествующую задолженность. На сегодняшний день на рынке Пермского края успешно функционирует только региональная сеть ООО «Семья».

История магазинов «Семья» началась в 2002 г., когда группа региональных компаний «ЭКС» создала продуктовую сеть, впоследствии ставшей одной из самых крупных и успешных сетей в г. Перми и Пермском крае.

Торговая сеть «Семья» реализовывает различные проекты. Одним из них является проект под названием «Прямые поставки». Его основная цель это поставка в супермаркеты сети европейских продуктов напрямую от производителей Греции, Испании, Италии, Венгрии, Германии, минуя посредников. Это позволяет гарантировать высокое качество продуктов при доступных ценах. Помимо этого в магазинах реализуются продукция собственных торговых марок: «Family Choice», «Выбор Семьи», «Малосемейка», «Настоящее». Проводятся различные мероприятия ориентированные на привлечение покупателей к здоровому образу жизни, например, акция «Зеленая суббота». Механика акции: выбор из 230 продуктов категории «Правильное питание», после приобретения которых, можно стать участником розыгрыша призов. Привлекают

поваров ресторанов для проведения мастер-классов. Постоянное развитие торговой сети позволяет назвать «Семью» одним из лидеров рынка Пермского края. Подтверждением данного вывода являются результаты рейтинговой оценки работы различных торговых сетей на рынке розничной торговли в г. Перми и Пермском крае. С этой целью нами были проведены исследования с использованием методики экспертной оценки конкурентоспособности организаций на основе сравнительного анализа рассматриваемых показателей. Оценка проведена по 15 показателям. Весомость каждого из них находилась в границах от 0 до 1 (таблица 2).

Материалы таблицы 2 свидетельствуют о высоких результатах функционирования региональной торговой сети ООО «Семья». С оценкой 12,2 балла она приближается к структуре федерального уровня торговой сети «Пятёрочка» («X5 Retail Group»), набравшей 13,6 балла. Однако, на наш взгляд, превзойти один из главных показателей работы торговых организаций, размер товарооборота с уровнем регионального масштаба, вряд ли возможно. На настоящий момент товарооборот ООО «Семья» в размере 13,1 млрд.руб. в 98,2 раза уступает аналогичному показателю торговой сети АО «Тандер» («Магнит»).

Положительным явлением в работе ООО «Семья» можно считать высокие уровни культуры и времени обслуживания покупателей, гигиены торговой зоны магазинов. Экспертная оценка аналогичных показателей, выше указанных федеральных структур, оказалась ниже на 0,4-0,7 балла. Вместе с тем, нельзя не отметить наличия у них высоких оценок касающихся динамики роста количества торговых точек в Пермском крае, наличия распределительных центров, участия в благотворительных акциях, многообразия каналов реализации товаров и мероприятий по повышению лояльности покупателей.

### Выводы

Развитие торговли на землях Уральского Прикамья имеет глубинную историю. Она преодолела взлёты и упадок, равные с развитием российской государственности.

Таблица 2

Балльная оценка показателей деятельности региональных розничных торговых сетей Прикамья

Показатель	Торговая сеть						
	X5 Retail Group	Holding Auchan SA	АО «Тандер» (Магнит)	ООО «Лента»	METRO Cash and Carry	Супермаркеты Берг ГК «Лион»	ООО «Семья»
Охват населённых пунктов Пермского края	1	0,1	0,8	0,1	0,1	0,1	0,4
Географическая широта торговых точек в г. Перми	1	0	1	0	0	0	1
Наличие распределительных центров	1	0	1	0	0	0	1
Качество реализуемых товаров	0,7	0,7	0,7	1	1	0,7	1
Ассортиментная политика	1	1	0,8	1	1	0,7	1
Ценовая политика	0,7	0,7	0,9	0,5	0,5	0,7	0,5
Отношение к благотворительности	1	0,5	0,5	0,3	0,3	1	0,5
Сбытовая политика	1	1	0,5	0,5	1	0,5	1
Формирование покупательской лояльности	1	0,4	0,6	0,8	0,2	0,4	1
Определение целевого сегмента потребительского рынка	1	0,6	0,8	0,4	0,6	0,6	0,4
Динамика роста сети в Прикамье	1	0,1	1	0,3	0,1	0	0,7
Товарооборот	1	0,3	0,9	0,5	0,4	0,1	0,7
Гигиена торговой зоны	0,6	1	0,3	1	1	0,3	1
Скорость обслуживания	1	1	0,5	1	1	0,5	1
Культура обслуживания	0,6	0,6	0,3	0,6	0,3	0,3	1
Итого	13,6	6,3	10,5	8	7,5	5,9	12,2
Рейтинговая оценка	1	6	3	4	5	7	2

Источник: данные авторов Шабалиной Е.С. и Галеева М.М., данные на 22.05.2020.

В конце XX – начале XXI тысячелетий активное становление новых региональных торговых структур закончилось их массовым уходом из сферы оборота ввиду активного проникновения в Пермский край международных и федеральных торговых сетей. Благодаря их высокому инвестиционному потенциалу они продолжают активное проникновение на местный рынок продовольственных товаров.

Возможность создания и дальнейшего развития регионального ритейла может определяться выполнением

ряда условий. Во-первых, необходимо создавать организацию рыночной торговли, отличающуюся от федеральной компании форматом и идеологией, бизнес-процессами, реализуемыми бизнес-проектами, ассортиментной матрицей и структурой поставщиков. Во-вторых, каждый субъект федерации имеет свои отличительные особенности, поэтому необходимо использовать национальные, географические и другие региональные особенности, влияющие на характер и культуру продовольственного поведения жителей Прикамья.

#### Библиографический список

1. Кутырева О.А. Развитие промышленности Пермской области в 80–90 г.: автореф. канд. экон. наук: 08.00.01. Москва, 2001. 17 с.



2. Гранкина Н.А. История развития торговли в Пермском крае // Материалы докл. пленар. заседания межрегион. науч. конф., посвящ. 40-летию учеб. заведения. Пермь: Издательство ПОНИЦАА, 2004. 44 с.
3. Нечаев М.Г. Основные вехи промышленного развития города Перми. Город Пермь в промышленном развитии России: исторический опыт и современный потенциал // Материалы научно-практической конференции (25 октября 2018 года). Пермь: Издательство Пермский национальный исследовательский политехнический университет, 2018. С. 8-31.
4. Business Class. От опта до ликвидации (25.02.2017). [Электронный ресурс]. URL: <https://www.business-class.ru/news/2017/02/25/obratnyy-otschet> (дата обращения: 20.05.2020).
5. В.А. Белянин. Пермский край в цифрах 2019. Краткий статистический сборник. Пермь: Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Пермскому краю, 2019. С. 132-137.
6. Официальный сайт торговой сети Добрыня// [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dobrynia.ru> (дата обращения: 22.05.2020).
7. Официальный сайт торговой сети Виват. [Электронный ресурс]. URL: <http://vivat-retail.ru> (дата обращения: 22.05.2020).
8. Официальный сайт торговой сети Семья. [Электронный ресурс]. URL: <https://semya.ru> (дата обращения: 22.05.2020).
9. Официальный сайт торговой сети X5 Retail Group. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.x5.ru> (дата обращения: 22.05.2020).
10. Официальный сайт торговой сети Лента. [Электронный ресурс]. URL: <http://lenta.com> (дата обращения: 22.05.2020).
11. Официальный сайт торговой сети Ашан. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.auchan.ru> (дата обращения: 22.05.2020).
12. Официальный сайт торговой сети Берг. [Электронный ресурс]. URL: <http://lion-perm.ru> (дата обращения: 22.05.2020).
13. Официальный сайт торговой сети Магнит. [Электронный ресурс]. URL: <https://magnit-info.ru> (дата обращения: 22.05.2020).
14. Официальный сайт торговой сети Метро. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.metro-cc.ru> (дата обращения: 22.05.2020).