***Иванова М.О.***
*канд. экон. наук, доцент кафедры истории и управления персоналом, Санкт-Петербургский государственный университет гражданской авиации,*
ivanova_mo@mail.ru

# ***п****етербург — город гипермаркетов*

## *сети **fmcg** **с**анкт-**п**етербурга: история их появления, современное положение и перспективы развития*

Аннотация

Торговые сети FMCG (англ. Fast Moving Consumer Goods – ширпотреб) занимаются реализацией товаров массового спроса. Это в основном продукты питания и некоторые виды сопутствующих непродовольственных товаров. Данный сегмент розницы является одним из самых быстро растущих в России. Сегодня на рынке торговые сети FMCG развивают современные форматы торговли (гипермаркеты, супермаркеты, дискаунтеры, магазины у дома и др.). Однако следующий этап развития торгового бизнеса — «магазины шаговой доступности».

Особого внимания заслуживает ситуация в Санкт-Петербурге. По данным Петростата, на 1 января 2007 г. доля торговых сетей в розничном товарообороте города составила 72%, а в 2008 — 80%. В Москве этот показатель составляет менее 40%, а в целом по России — 4%. Только за прошлый год крупнейшие ретейлеры[1] («Дикси», «Лента», «О`Кей», «Пятерочка» и др.) удвоили количество своих гипермаркетов (5).

### *Две столицы*

В настоящее время крупные торговые сети FMCG уже заняли «низкую» ценовую нишу, потеснив мелкорозничные предприятия и средние магазины.

Для Петербурга, как и для многих регионов России, характерно изменение структуры рынка услуг розничной торговли FMCG в направлении увеличения доли сетевых ретейлеров. Такое положение соответствует современ-

[1] Ретейлер (от англ. *retailer* — розничный торговец) — магазины и сети розничной торговли — *прим. ред.*

ной мировой тенденции развития отрасли.

Однако уникальность положения торговых сетей в Петербурге обусловлена еще и тем, что они получают поддержку правительства города. Так, например, 27 сентября 2005 г. была принята «Концепция развития потребительского рынка Санкт-Петербурга на 2005–2007 годы». Согласно документу, приоритетным считается развитие сетевого принципа организации торговли, привлечение в город крупных компаний, занимающихся созданием и эксплуатацией крупных торговых сетей.

Крупные сетевые предприятия появились в Петербурге в конце 90-х гг., хотя организованные формы торговли существовали в городе и раньше. Первоначально были созданы сети дискаунтеров[2] («Пятерочка», «Копейка» и др.), которые были ориентированны на покупателей из средне- и малообеспеченных групп населения. В этом заключается принципиальное отличие истории распространения сетей FMCG в Санкт-Петербурге от Москвы, где развитие торговых сетей шло по пути от премиального к экономичному сегменту (3, стр. 38–39).

Так, например, «Пятерочка», крупнейшая российская сеть универсамов экономкласса, была основана в январе 1999 г. Некоторые ретейлеры выросли из дистрибьюторского и оптового бизнеса. К ним можно отнести компании «Дикси» и «Лента», которые были основаны в 1992 и 1993 годах соответственно и долгое время занимались оптовой торговлей. Только в 1999 г. «Лента» открыла первый гипермаркет, а компания «Дикси» — дискаунтер.

### *Розничные сети Петербурга*

В 2002 г. в Санкт-Петербурге появилась компания ЗАО «Доринда», работающая на больших торговых площадях. Она управляет сетью гипермаркетов «О'Кей». Тогда же в город пришла первая московская розничная сеть «Патэрсон», работающая в формате универсам.

В 2003 г. на петербургском рынке начала деятельность немецкая сеть Metro Cash & Carry, а в 2004 открылся турецкий гипермаркет «Рамстор». В этот же период собственные гипермаркеты под маркой «Карусель» появились у «Пятерочки».

С определенного момента петербургские розничные компании стали развиваться как мультиформатные сети. В некоторых случаях параллельное освоение других форматов торговли происходило за счет сделок слияний и поглощений. Так, например, «Пятерочка» сумела расширить сферу деятель-

в настоящее время крупные торговые сети FMCG уже заняли «низкую» ценовую нишу, потеснив мелкорозничные предприятия и средние магазины

[2] Дискаунтер (от англ. *discounter*) — магазин или торговое предприятие, продающее товары очень дешево — *прим. ред.*

***Ключевые слова:***
*торговые сети;*
*товары массового спроса;*
*гипермаркеты;*
*потребительский рынок;*
*франчайзинговые магазины;*
*магазины шаговой доступности*

ности, присоединив в 2006 г. московскую сеть «Перекресток», которая работает одновременно в трех форматах: «магазин у дома», супермаркет и гипермаркет.

В других случаях розничные сети развивали смежные форматы «с нуля». Так поступила компания «Доринда», открыв в мае 2006 г. в Петербурге свой первый супермаркет «О'Кей-экспресс». Некоторые предприятия пытаются в своих сетевых магазинах сочетать элементы базовых форматов, принятых в мировой розничной торговле.

Внимание компаний — лидеров петербургской продуктовой розницы в значительной степени сосредоточено на развитии крупных форматов. Эксперты уже называют Петербург городом гипермаркетов (4). Сейчас в Питере действуют три крупнейшие сети гипермаркетов: «Лента», «О'Кей» и «Карусель», которые по количеству магазинов, расположенных в Северной столице, занимают на рынке примерно равные доли. В 2008 г. в Санкт-Петербурге сократилась доля супермаркетов и магазинов шаговой доступности, однако согласно исследованиям WorkLine Research, количество гипермаркетов стабильно растет.

> в Петербурге приоритетным считается развитие сетевого принципа организации торговли, привлечение в город крупных компаний

### *Гипермаркеты или магазины шаговой доступности?*

Существуют разные мнения относительно дальнейшего развития Санкт-Петербургской розничной торговли.

По прогнозам ведущих компаний в отрасли, через несколько лет около 80% всего петербургского рынка розничной торговли будут контролировать 3–5 крупных сетей. По другим данным, на рынке останется не более 10 игроков (4). Эти прогнозы обусловлены возможностью массового выхода на российский рынок ТНК[3].

По мнению отраслевых экспертов, игроки рынка будут вынуждены объединиться перед угрозой прихода в Россию крупных зарубежных розничных сетей FMCG. В настоящий момент в городе работают «Рамстор» и Metro Cash&Carry, французская сеть гипермаркетов дисконтного типа «Ашан» (Groupe Auchan), которая появилась в Санкт-Петербурге в 2006 г. Планы по освоению российского рынка озвучивали американская компания Wall-Mart и французская Carrefour Group.

[3] ТНК — сокращение от транснациональная компания — *прим. ред.*

По данным периодического отраслевого обзора «Торговые сети FMCG» компании «InfoLine» основным направлением развития российского рынка розничной торговли через несколько лет станет открытие торговых объектов формата «магазин у дома» или магазинов шаговой доступности. Это мнение аргументировано достижением в Санкт-Петербурге высокого уровня насыщенности объектами формата «гипермаркет» и наличием синергии между этими форматами.

На сегодняшний день городская программа магазинов шаговой доступности показала свою несостоятельность. Из планируемых 200 точек (которые предполагалось открыть еще в 2007 г.) по состоянию на 31 декабря 2008 г. в городе действуют только 23 подобных магазина (1). Предприниматели считают ограничения, установленные городом, слишком жесткими и не покрывающими тех льгот, которые обещаны.

Кроме того, многие не справляются с оформлением необходимых документов и, сталкиваясь с «препонами» чиновников, отказываются от участия в проекте. Данная программа разработана исключительно по инициативе городских властей и является скорее социальным, нежели коммерческим проектом. Поэтому можно сказать, что попытка повлиять на рынок розничной торговли административными методами оказалась в данном случае неэффективной.

### *Франчайзинговые магазины*

Ожидается, что эту нишу со временем займут торговые сети FMCG или их франчайзинговые магазины . Так, например, X5 Retail Group, управляющая розничными сетями «Пятерочка» и «Перекресток», планировала открыть в 2008 г. в Петербурге первый магазин «шаговой доступности» в рамках новой программы франчайзинга (6). Эта компания делает ставку как раз на магазины «у дома», планирует открывать больше недорогих «Пятерочек», одновременно снижая темпы развития гипермаркетов.

> российские ретейлеры будут вынуждены объединиться перед угрозой прихода крупных зарубежных розничных сетей FMCG

Однако, по мнению автора, массового обращения крупных игроков розничной торговли к мелкоформатному бизнесу следует ожидать не раньше, чем в городе будет достигнуто полное насыщение гипермаркетами, так как они приносят больше прибыли, чем небольшие магазинчики. Например, российская компания «Мосмарт» планирует продажу мелкоформатных «Мосмартиков», находящихся в Москве, в пользу приобретения крупных магазинов (2). Ее примеру могут последовать и другие компании розничной торговли.

Сети, которые развивают только формат «магазины у дома», представлены в городе недостаточно широко. Они являются сравнительно небольшими, их деятельность сопряжена с рядом сложностей

финансового и организационного характера.

В условиях разразившегося кризиса некоторые ретейлеры отказываются от «непрофильных» форматов или сокращают количество открываемых гипермаркетов. Тем не менее, сетевая розничная торговля развивается интенсивными темпами, что характерно не только для Петербурга, но и для всего современного мирового рынка розничной торговли.

***Литература***

1. В Петербурге открылся очередной магазин шаговой доступности // Новости рынка недвижимости Санкт-Петербурга. 25 декабря 2008 (Электронный ресурс). — Электрон. дан. — Режим доступа: http://www.restate.ru/material/58073.html. — Загл. с экрана.

2. Калинникова Т. Москвичи лишатся магазинов шаговой доступности // Труд. — 2008. — №209.

3. Радаев В.В. Эволюция организационных форм в условиях растущего рынка (на примере российской розничной торговли). — М.: ГУ ВШЭ, 2006. — 60с.

4. Пашкова А., Смазная Е. Супергипер-мега-торг. Сетевая розничная торговля в Санкт-Петербурге // Russian Food & Drinks Market Magazine. — 2008. — №3.

5. Третьякова А.Н. Торговые сети захватили Петербург / Информационный портал Северо-Запада России allNW.ru. 31.05.2007.

6. X5 Retail Group в 2008 г. откроет в Петербурге первый «магазин шаговой доступности» // Интерфакс. Санкт-Петербург. 21 ноября. (Электронный ресурс). — Электрон. дан. — Режим доступа: http://www.rosinvest.com/news/351580/. — Загл. с экрана.

рп

***Ivanova M.O.***
*Cand. of Econ. Sci., assistant professor of history and management, St. Petersburg State University of Civil Aviation*

**St. Petersburg - the city of hypermarkets**

**S**t. Petersburg FMCG networks: the history of their emergence, current status and prospects of development

Annotation

*FMCG (Fast Moving Consumer Goods) sales networks work with goods of mass demand. This is mainly food and some related non-food items. This segment of retail is one of the fastest-growing in Russia. Today in the FMCG market retail chains are developing modern trade formats (hypermarkets, supermarkets, discount stores at home, etc.). However, the next stage in the development of commercial business — a «walking access» or «shops near the house».*



Отпечатано в типографии ЗАО «Корпорация Знак». Тираж 4000 экз.