ПЛАТФОРМА
ЦЕНТР СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ РИТЕЙЛ И РЕГИОНАЛЬНЫЙ БИЗНЕС: ОТ КОНФЛИКТОВ К ГАРМОНИИ ИНТЕРЕСОВ

«Мы формируем среду»

ПАРАМЕТРЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

ПЛАТФОРМА
ЦЕНТР СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ

СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ

Март 2018 –
Апрель 2018

МЕТОДЫ

300 интервью по полуформализованной анкете с представителями малого и среднего бизнеса в 27 субъектах РФ

30 экспертных интервью с членами Общероссийской организации «ОПОРА России»

Анализ открытых данных

ЦЕЛЕВЫЕ АУДИТОРИИ

Менеджмент профильных компаний малого и среднего бизнеса

Представители законодательной власти, ФОИВ, регуляторов рынка

Представители региональных органов власти

ГЕОГРАФИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО БИЗНЕСА: 37 СУБЪЕКТОВ РФ

ПЛАТФОРМА
ЦЕНТР СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ

Города федерального значения:
Москва, Санкт-Петербург

Области: Архангельская, Астраханская, Белгородская, Брянская, Владимирская, Вологодская, Воронежская, Ивановская, Калужская, Кемеровская, Костромская, Курганская, Ленинградская, Московская, Нижегородская, Новгородская, Новосибирская, Орловская, Пензенская, Псковская, Ростовская, Рязанская, Свердловская, Смоленская, Томская, Тюменская, Ярославская

Края: Краснодарский, Ставропольский

Республики: Адыгея, Башкортостан, Карелия, Марий Эл, Татарстан, Удмуртия

Источник: Данные ЦСП «Платформа»

ТРИ ФАЗЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА: УСЛОВИЯ ДИКТУЕТ ПОТРЕБИТЕЛЬ

ПЛАТФОРМА
ЦЕНТР СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ

В России сформировался **класс консьюмеристов**, который очень ценит комфорт потребления даже при сокращении доходов. Это социальная база крупных сетей

РЫНОК ПОСТАВЩИКА

РЫНОК РИТЕЙЛЕРА

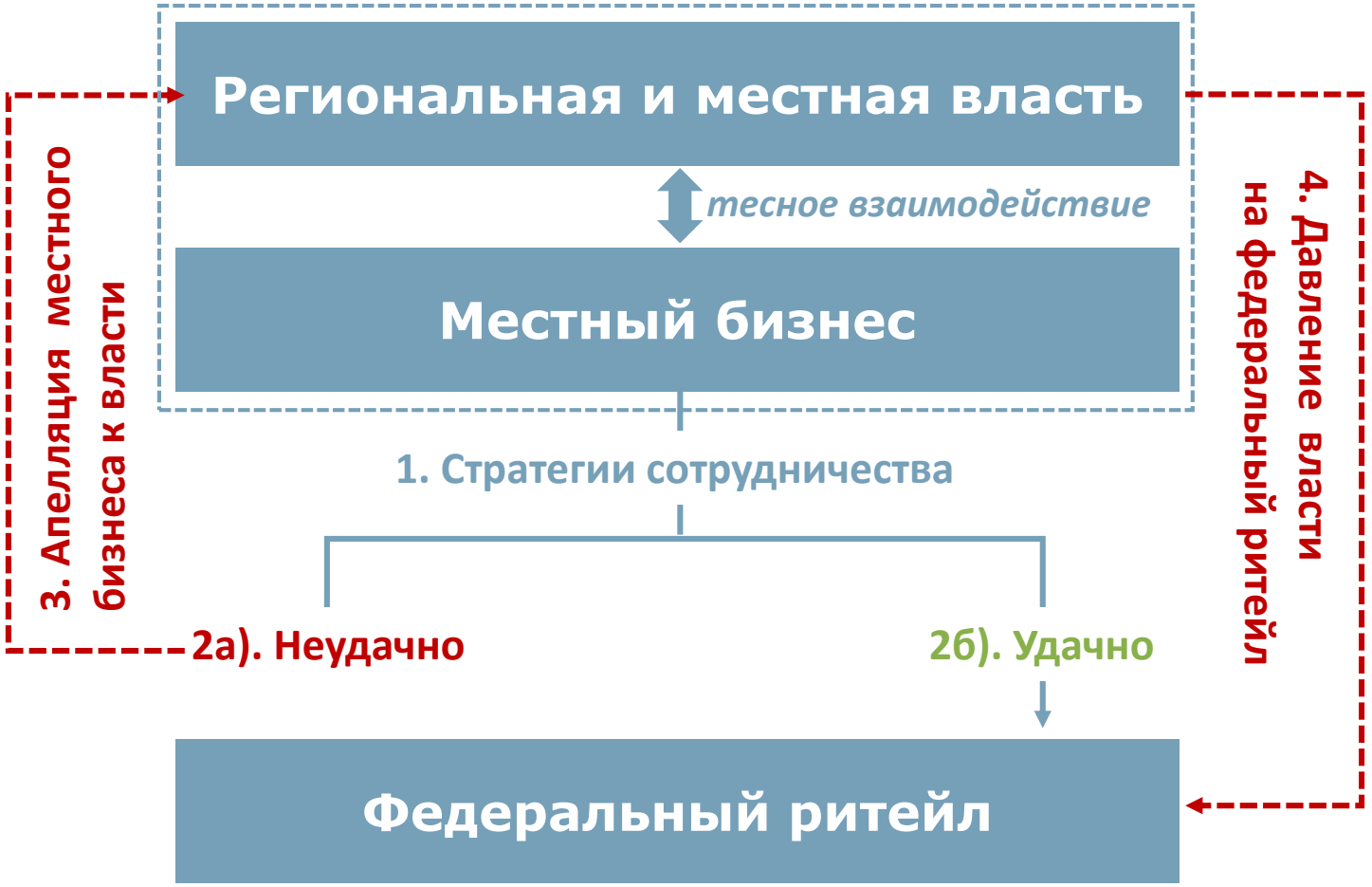
РЫНОК ПОТРЕБИТЕЛЯ

Покупатель ищет удобные для себя магазины, скидки, приложения. Ценовой фактор важен, но уже не главный. **Потребление стало формой социальной активности и личной свободы**

МЕСТНЫЙ БИЗНЕС, В ОТЛИЧИЕ ОТ НАСЕЛЕНИЯ, МЕНЕЕ ВОСПРИИМЧИВ К ИЗМЕНЕНИЯМ

ПЛАТФОРМА
ЦЕНТР СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ

ЭКСПАНСИЯ ФЕДЕРАЛЬНЫХ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ ВЫНУЖДАЕТ МЕСТНЫЙ БИЗНЕС К КОМПЛЕКСНОЙ КОНКУРЕНЦИИ И ПОТЕРЕ ПОЗИЦИЙ



Часть местного бизнеса адаптировалась, лояльна к федеральным сетям, рассчитывает на партнерские связи или уже сотрудничает с ними

Часть местного бизнес не сменила тактику и стратегию развития, занимает критическую позицию и апеллирует к местной власти

МЕСТНЫЙ БИЗНЕС И ФЕДЕРАЛЬНЫЕ СЕТИ

ПЛАТФОРМА
ЦЕНТР СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ

ПОЗИТИВНЫЕ ФАКТОРЫ

1. Повышение стандартов социальной жизни
2. Повышение конкуренции, мотивация местных сетей к изменениям
3. Укрепление социальной стабильности за счет снижения цен и скидок
4. Рост занятости, развитие сопутствующих бизнесов
5. Возможность расширения рынков сбыта

НЕГАТИВНЫЕ ФАКТОРЫ

1. Закрытие местных магазинов, к которым привыкло местное население
2. Вытеснение местных товаров продукцией из других регионов
3. Снижение качества продукции
4. Рост цен
5. Сокращение рабочих мест

БАРЬЕРЫ ДЛЯ РАЗВИТИЯ МЕСТНОГО ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКТОВ

ПЛАТФОРМА
ЦЕНТР СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ

Какие факторы, по вашему мнению, в первую очередь, сдерживают развитие местного производства продуктов?
% от всех опрошенных и в разных группах (закрытый вопрос, не более 4 ответов)

Две ключевые группы факторов – сложный макроэкономический фон и ужесточение конкуренции – серьезный вызов для каждого конкретного предпринимателя в регионах

КАЧЕСТВО МЕСТНОЙ ПРОДУКЦИИ: СООТВЕТСТВИЕ СТАНДАРТАМ СЕТЕЙ

ПЛАТФОРМА
ЦЕНТР СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ

Отвечает ли в целом качество продукции вашего региона стандартам сетевых магазинов? % от всех опрошенных и в разных группах (закрытый вопрос, один ответ)

Около 70% участников анкетного опроса высоко оценили качество местной продукции. Но в персональных интервью большинство экспертов высказываются критически

Парадокс: в каждом регионе считают свою продукцию вполне качественной. Сети торгуют на 80-90% продукцией региональных производителей. Но при этом многие отмечают, что качество в целом падает

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МЕСТНЫХ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ: ПРЕОБЛАДАЕТ СКЕПСИС

ПЛАТФОРМА
ЦЕНТР СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ

Как вы оцениваете перспективы развития местных/региональных торговых сетей (не федеральных)?
% от всех опрошенных и в разных группах (закрытый вопрос, один ответ)

Большинство экспертов считают, что местные сети в их нынешнем виде объективно не выдержат конкуренции с федеральными

Ситуация усугубляется продолжающимся снижением платежеспособного спроса

Оптимисты полагают, что местные сети способны на успех в локальных нишах

РИСКИ ДЛЯ МЕСТНЫХ СЕТЕЙ И НЕСЕТЕВЫХ МАГАЗИНОВ: МАКРОЭКОНОМИКА ПРЕЖДЕ ВСЕГО

ПЛАТФОРМА
ЦЕНТР СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ

Каковы на ваш взгляд ключевые риски для местного ритейла (местных / региональных сетей и отдельных магазинов)? % от всех опрошенных и в разных группах (закрытый вопрос, не более 4 ответов)

Снижение покупательной способности – риск для местных игроков даже более серьезный, чем «неравный бой» с крупными сетями

Третий фактор – новшества государства по введению электронных систем контроля

Эксперты считаю, что за счет улучшения экономической среды, программ поддержки малого и среднего бизнеса можно снизить барьеры для бизнеса

Нет системы мониторинга проблем, с которыми сталкивается бизнес при введении той или иной федеральной инициативы

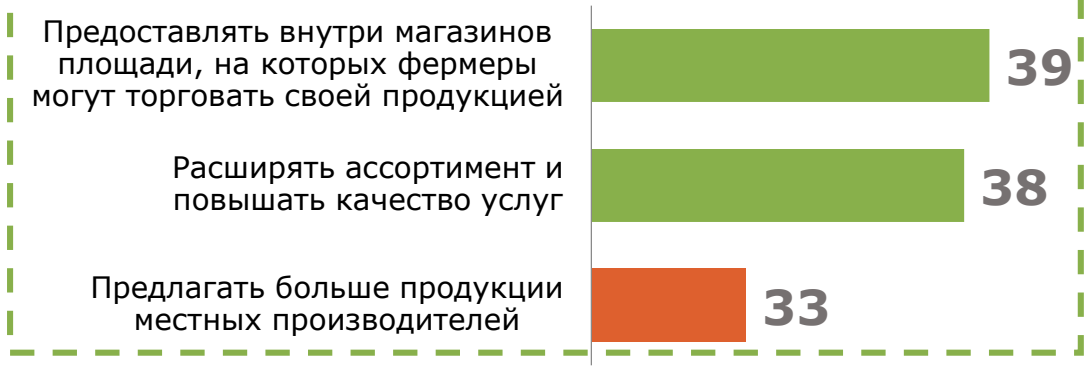
НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ МЕСТНОГО РИТЕЙЛА: НА ЧТО НАДЕЕТСЯ БИЗНЕСМЕН?

ПЛАТФОРМА
ЦЕНТР СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ

В каком направлении нужно развиваться местному ритейлу (местным сетям и магазинам), чтобы усилить свои позиции на рынке, быть успешным? % от всех опрошенных (закрытый вопрос, не более 3 ответов)

мнение бизнеса

мнение населения*



**Данные ВЦИОМ*

Перспективы связаны с поиском и развитием новых маркетинговых моделей

Одной из них может стать тесное взаимодействие сетей и производителей

В этом вопросе позиции населения и позиции предпринимателей в значительной степени совпадают

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕГИОНАЛЬНОГО ПРОТЕКЦИОНИЗМА

ПЛАТФОРМА
ЦЕНТР СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ

Считаете ли вы в принципе эффективным региональный протекционизм властей по защите местных производителей и торговых сетей? Например, существенное ограничение доли федеральных сетей, сетей из других областей.
% от всех опрошенных (закрытый вопрос, не более 2 ответов)

Многие респонденты склонны рассуждать об эффективности протекционизма с позиций своего региона. Но они не просчитывают ситуацию: когда протекционизм охватит большое количество регионов, включая соседние – как это повлияет на их собственный бизнес?

ОТНОШЕНИЕ К ЗАПРЕТУ ПРАКТИКИ ВОЗВРАТА ПРОДУКЦИИ

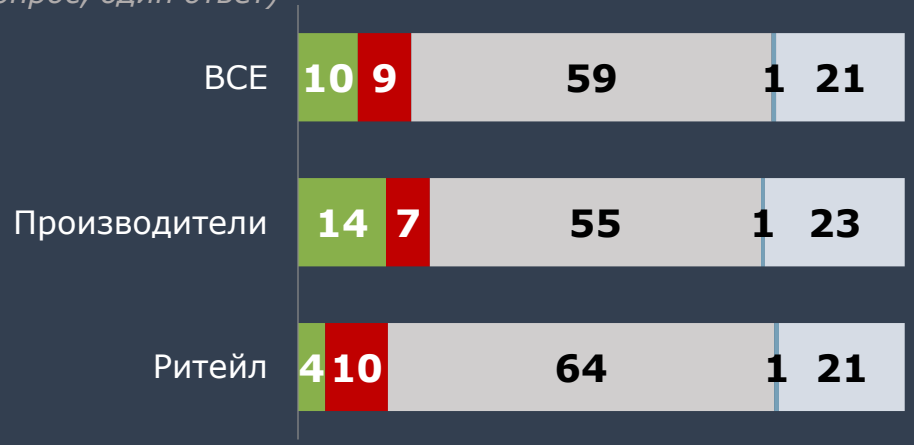
ОДНОЗНАЧНОЙ ПОДДЕРЖКИ НЕТ. ЖЕСТКОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ МОЖЕТ СОЗДАТЬ ПРОБЛЕМЫ ПО ВСЕЙ ЦЕПОЧКЕ БИЗНЕСА

Как вы относитесь к практике возврата продукции (сети могут возвращать непроданную продукцию производителю)?
% от всех опрошенных и в разных группах (закрытый вопрос, один ответ)

ОТНОШЕНИЕ К ПОПРАВКАМ В ЗАКОН О ТОРГОВЛЕ

ЛОКАЛЬНОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ ТОЛЬКО НА ОДИН СЕГМЕНТ БИЗНЕСА НЕЭФФЕКТИВНО. НЕОБХОДИМА ПОДДЕРЖКА ПРОИЗВОДИТЕЛЯ ИНЫМИ СПОСОБАМИ

С 1 января 2017 года вступили в силу изменения к закону о торговле № 273-ФЗ. Как вы относитесь к этим поправкам?
% от всех опрошенных и в разных экспертных группах (закрытый вопрос, один ответ)



РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В СФЕРЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РЫНКА

ПЛАТФОРМА
ЦЕНТР СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ

Как вы считаете, на чем должно сфокусироваться государство в сфере продовольственного рынка? % от всех опрошенных (закрытый вопрос, не более 3 ответов)

Консенсус мнений: лучшие меры – не директивные запреты для федеральных сетей, а экономические стимулы для местного малого бизнеса

Приветствуется разумный баланс регуляторных мер (контроль качества) и финансовой поддержки производств (льготное кредитование)

ОБРАЗ РИТЕЙЛА В ПЕРСПЕКТИВЕ 10-15 ЛЕТ: НАПРАВЛЕНИЯ ВОЗМОЖНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

ПЛАТФОРМА
ЦЕНТР СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ

Если в перспективе 10-15 лет образ торговли изменится, то в каком направлении?
% от ответивших «Да /скорее да» на вопрос «Изменится ли образ торговли в перспективе 10-15 лет» (Открытый вопрос)

Будущее ритейла – за технологиями

Многие текущие вопросы и проблемы существенно изменятся в контексте будущего.

Задача – оценивать текущую ситуацию с учетом глобальных трендов

ТЕКУЩАЯ СИТУАЦИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ

ПЛАТФОРМА
ЦЕНТР СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ

МЕСТНЫЕ ПРОИЗВОДИТЕЛИ

Высокая закредитованность при низкой маржинальности
Замкнутый круг: финансовые проблемы и несоответствие требованиям сетей

Долгосрочные партнерские отношения с сетями
Региональные программы продвижения местной продукции

МЕСТНЫЙ РИТЕЙЛ

Стагнация

Поиск и освоение новых нишевых форматов
Более активное использование своих преимуществ

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ РИТЕЙЛ

Замедление темпов роста

Дальнейшая экспансия в регионы
Рост внутренней конкуренции между крупными игроками

ПОТРЕБИТЕЛИ

Консъюмеризм, ориентация на современные формы торговли

Ставка на качество
Новые требования к сервису

РАЗВИЛКА «2018+»: КУДА ИДТИ РИТЕЙЛУ?

ПЛАТФОРМА
ЦЕНТР СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ

ОПТИМИСТИЧНЫЙ СЦЕНАРИЙ

Следование глобальным трендам

- Дальнейшая консолидация рынка
- Поиск нишевых форматов, отказ от универсальных моделей
- Принципиально новые подходы к логистике
- Цифровизация, онлайн-торговля, высокий уровень таргетирования, Big data
- Усиление конкуренции в области качества продуктов
- Поддержка локальных брендов и региональная интеграция
- Дивергенция местных и федеральных сетей – перетекание форматов, стирание границ
- Усиление консьюмеризма, рост требований к сервису

VS

ПЕССИМИСТИЧНЫЙ СЦЕНАРИЙ

Усиление административного регулирования

Возможные направления (или их комбинации)

- **«Регионализм»** – искусственное ограничение доли регионального розничного рынка для «иногороднего» крупного ритейла
- **«Социализм»** – введение госконтроля за ценами, установление жесткого предельного размера оптовой и розничной наценки (консервативное ядро составляет порядка 25%)
- **«Дирижизм»** – расширение доли малого и среднего бизнеса за счет искусственного ограничения режима работы крупного ритейла

Для сближения полярных позиций нужен диалог с участием независимых экспертов