Региональные сети, производители и федеральный ритейл: гармонизация взаимодействия

Круглый стол, 25 июля, г. Орел

25 июля в г. Орел состоялся круглый стол, посвященный взаимодействию федерального ритейла и регионального бизнеса. Организаторами мероприятия выступили Центр социального проектирования «Платформа», Союз «Орловская Торгово-промышленная палата» при поддержке Ассоциации компаний розничной торговли (АКОРТ).

В ходе встречи, участие в которой принял весь срез орловского бизнеса, генеральный директор «Платформы» Алексей Фирсов представил результаты социологического исследования, проведенного в Орловской области в мае-июне 2018 г. В рамках него были опрошены жители г. Орел (1000 респондентов), а также эксперты – представители профильной аудитории.

«Наша задача – изучить взаимодействия различных сегментов: крупного ритейла, производителей в ситуации быстрой динамики, изменений на рынке, которые создают не только социальные последствия, но и зоны напряжения», – сообщил он.

Отличительные особенности региона связаны с высоким уровнем развития растениеводства, фирменной торговли, практически отсутствием собственных торговых сетей и барьеров для входа на рынок.

> *«Ориентация на местные бренды – ресурс как для федеральных сетей, так и местных магазинов. Для потребителя – это инструмент собственной региональной идентичности. Кто выиграет конкуренцию за местные бренды – получит серьезное*

конкурентное преимущество на местном рынке»

Потребительское поведение во многом совпадает с общефедеральной картиной. Большинство жителей г. Орел совершают покупки в торговых сетях (82%). У местной торговли тем не менее есть свой сложившийся круг лояльных покупателей. Особой популярностью пользуются ярмарки выходного дня. Потребитель маневрирует, чтобы закрыть свои потребности в условиях падения покупательной способности. По данным исследования, 60% жителей города в той или иной степени экономят на продуктах питания. 58% положительно относятся к распространению в регионе федеральных сетей, связывая это с расширением ассортимента, доступностью магазинов, повышенным комфортом потребления и возможностью сэкономить. Таким образом, федеральный ритейл выступает элементом социальной стабилизации.

Будущее развитие ритейла жители города связывают с расширением предложения фермерской продукции, ассортимента и повышением качества услуг.

«Ярмарки проходят только в выходные. Нужно, чтобы производители каждый день предлагали свою продукцию. Наша задача сегодня – понять, где можно найти варианты для своего развития. Региональная сеть необходима, нужно ее создать, чтобы укрепится в регионе и за его пределами», – подчеркнула руководитель Департамента выставочной, ярмарочной и конгрессной деятельности Союза «Орловская Торгово-промышленная палата» Татьяна Куницына.

В ходе исследования в регионе был выявлен значительный спрос со стороны местного населения на продукцию местных производителей. По мнению 68% локальные товары имеющие более высокое качество в недостаточной степени представлены в крупных сетевых магазинах. Развитие сотрудничества с местными производителями – одна из задач, стоящих перед крупным ритейлом.

«Ориентация на местные бренды – ресурс как для федеральных сетей, так и местных магазинов. Для потребителя – это инструмент собственной региональной идентичности. Кто выиграет конкуренцию за местные бренды – получит серьезное конкурентное преимущество на местном рынке», подчеркнул Алексей Фирсов.

Качество продукции остается общефедеральной проблемой. Его ухудшение отметили 43% жителей города. При этом качество местной продукции по мнению 28% выше, чем у продуктов из других регионов, а это может стать дополнительным ресурсом для развития конкурентоспособности бизнеса. «Хотелось бы отметить, что у орловских производителей небольшой процент некачественной продукции, продукции с истекшим сроком годности. Крупные торговые сети в основном следят за качеством продукции, которая представлена на полках магазинов», – рассказала начальник отдела защиты прав потребителей Роспотребнадзора по Орловской области Ольга Гаврилова.

Проблеме развития малого и среднего бизнеса региона эксперты уделили особое внимание. Приход крупных сетевых магазинов связан с созданием высококонкурентной среды в регионе, что мотивирует предпринимателей изменяться, осваивать новые стандарты, технологии, менять бизнес-стратегии. При этом существует целый пласт других проблем, который требует внимания региональной власти. Многие не справляются с высокой административной нагрузкой, связанной с внедрением ЕГАИС, онлайн-касс, большим количеством проверок. Среди проблем также отмечалось укрупнение лотов муниципального заказа, дорогие кредиты и лицензии на алкоголь, высокие налоги, отсутствие логистических возможностей.

«Нам нужен общерегиональный бренд – мы работаем над этим. Развиваем идею продвижения местной продукции через интернет. У наших товаропроизводителей низкий уровень компетенций в сфере маркетинга и соответствия требованиям сетей. Будем исправлять и выводить их на достойный уровень», – заключила президент Союза «Орловская Торгово-промышленная палата» Светлана Ковалева.

По мнению жителей города со стороны региональной власти поддержка местных производителей должна базироваться на методах мягкого рыночного регулирования за счет предоставления налоговых преференций, субсидий, кредитов, создания льготных условий для продажи продуктов питания.

В целом эксперты отмечают тренд на улучшение ситуации в бизнесе. «Окно возможностей» для местных производителей связано с развитием нишевой торговли (торговля фермерской продукцией, экопродуктами, крафтовая торговля), кооперацией как на этапе производства, так и переработки, повышением собственных стандартов, расширением сотрудничества с крупными сетями, которые в том числе служат каналом для выхода на рынки других регионов, инструментом развития территориального бренда.

«Нам нужен симбиоз: крупный ритейл, мелкий, производители. Голосовать будет уже покупатель рублем. Конечно, нужно развивать кооперацию», – отметил заместитель руководителя Департамента промышленности и торговли Правительства Орловской области Анатолий Новиков.

> *«Нам нужен общерегиональный бренд – мы работаем над этим. Развиваем идею продвижения местной продукции через интернет. У наших товаропроизводителей низкий уровень компетенций в сфере маркетинга и соответствия требованиям сетей. Будем исправлять и выводить их на достойный уровень»*

Поиск особых торговых моделей может способствовать и исправлению ситуации со снабжением продовольствием жителей в сельской местности.

Открытость к сотрудничеству отметил и представитель X5 Retail Group Андрей Щекалев. «Зайти возможно, нет скрытых конкурсов. Но нужно четко понимать собственные возможности. С нами уже работают 12 производителей Орловской области»,- подчеркнул он.

«Есть крупные сети, в каждой сфере есть крупные предприятия.

Сети будут работать с крупным производителем, который может обеспечить объем. Они четко выстраивают свою деятельность на базе законодательства. Возможно стоит изменить долю субъектов малого и среднего предпринимательства», – добавила заместитель начальника финансово-экономического управления Администрации г. Орла Алла Ашихмина.

Дискуссия прошла в конструктивном ключе. Стороны проявили понимание существующих сложностей, а также готовность к взаимопониманию и дальнейшему сотрудничеству.

По завершению круглого стола стартовала работа «Биржи контактов» – нового для региона делового формата, задача которого – установление и развитие партнерских бизнес-связей.