

Министерство образования и науки Российской Федерации

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра экономической теории
и национальной экономики

**Развитие предпринимательства в сфере розничной торговли на примере
ОАО «Магнит»**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Студентки 4 курса 463 группы
направления 38.03.01 «Экономика»
профиль «Экономика предпринимательства»
экономического факультета
Дукенбаевой Лунары Сериковны

Научный руководитель

Ассистент

К.В. Максимова

подпись, дата

Зав. кафедрой

к.э.н., доцент

Е.В. Огурцова

подпись, дата

Саратов 2017

Введение. Развитие торговли является важной предпосылкой обеспечения благоприятного экономического и социального климата любого государства. Благодаря торговле поддерживается сбалансированность производства и потребления, формируется существенная доля валовой добавленной стоимости в стране, обеспечиваются рабочими местами экономически активное население.

Развитие розничной торговли в России является сложным и динамичным процессом, который происходит в условиях трансформационных изменений национальной экономики под влиянием ряда макроэкономических факторов. Неустойчивость этих факторов приводит к изменениям среды функционирования торговых предприятий, требуя поиска адекватных подходов к управлению ими и формирования стратегических конкурентных преимуществ данных субъектов. В свою очередь, принятие эффективных управленческих решений в сфере розничной торговли, как показывает практический опыт, требует актуального информационного обеспечения о состоянии и тенденциях развития отраслевой среды.

Целью выпускной квалификационной работы выступает комплексный теоретический анализ проблем развития предпринимательской деятельности в сфере розничной торговли.

Задачи выпускной квалификационной работы:

- рассмотреть механизм и принципы предпринимательства в сфере торговли;
- выявить основные направления развития торгового предпринимательства в России;
- дать общую характеристику деятельности предприятия ОАО «Магнит»;
- охарактеризовать ограничения развития предпринимательства;
- выявить перспективы развития и рекомендации по совершенствованию группы «Магнит».

Предметом данной работы выступает регулирование розничной торговли РФ, а также поддержание оптимального соотношения протекционизма и свободной торговли.

Объектом в данной выпускной квалификационной работе выступает развитие розничной торговли национальной экономике России на примере деятельности ОАО «Магнит».

В процессе написания выпускной квалификационной работы были использованы труды, раскрывающие теоретические основы и проблемы по вопросам торговли таких отечественных авторов, как Амблер Т., Багиев Г.Л., Березин И.С., Берман Б., Васильев Г., Веселов А.И., Градов А.П., Захарова Ю.А., Казунина А., Климин А.И., Магомедов Ш., Мазилкина Е.И., Назаров Л., Николаев И.Г., Рысев Н., Сажина М.А., Сорокина Т.И., Третьяков О.А., Четкина Н.

Информационную базу исследования составляют нормативно-правовые акты, учебная и научная литература, публикации в периодических изданиях, средства Интернет.

Методологической основой работы являются аналитический, описательный, статистический, сравнительный и структурно-функциональный методы исследования.

Основная часть. В первой главерассматриваются механизм и принципы предпринимательства в сфере торговли, а также основные направления развития торгового предпринимательства в России. Предпринимательскую деятельность можно определить как самостоятельную, инициативную, инновационно-экономическую профессиональную деятельность лиц, зарегистрированных в установленном законом порядке в качестве предпринимателей, действующих в индивидуальной или коллективной форме в целях достижения положительного социально-экономического эффекта, систематического получения предпринимательской прибыли в

условиях предпринимательского риска и повышенной юридической ответственности.

Подводя итоги по первой главе, можно сделать следующие выводы. Динамика основных макроэкономических индикаторов развития экономики России не позволяет говорить об улучшении ситуации в стране. Стабильно можно наблюдать снижение ВВП, реальных располагаемых денежных доходов населения, уровня жизни населения в стране, потребительской активности и т. д. Безусловно, данные тенденции оказали негативное влияние на макроэкономические показатели розничной торговли, которые проявляются в снижении оборота розничной торговли, падении индекса предпринимательской уверенности. С учетом выявленных тенденций и существующих прогнозов экономического развития России в статье формализованы стратегические направления и приоритеты развития розничной торговли отдельно на отраслевом уровне и на уровне государства.

Во второй главе «Анализ развития торгового предпринимательства в ОАО «Магнит» рассматривается общая характеристика деятельности предприятия, приводятся риски ограничения развития предпринимательства, а также Перспектива развития и рекомендации по совершенствованию.

Сеть магазинов «Магнит» - одна из ведущих розничных сетей по торговле продуктами питания в России.

Магазины розничной сети «Магнит» расположены в 2 495 населенных пунктах Российской Федерации. Зона покрытия магазинов занимает огромную территорию, которая растянулась с запада на восток от Пскова до Нижневартовска, а с севера на юг от Архангельска до Владикавказа. Большинство магазинов расположено в Южном, Северо-Кавказском, Центральном и Приволжском Федеральных округах. Также магазины «Магнит» находятся в Северо-Западном, Уральском и Сибирском округах. Магазины розничной сети «Магнит» открываются как в крупных городах, так и в небольших населенных пунктах. Около двух третей магазинов компании работает в городах с населением менее 500 000 человек.

В результате деятельности в 2015 году менеджментом Компании были достигнуты следующие результаты:

1. Выручка Компании⁸ выросла на 24,50% с 763 527,25 млн. руб. в 2014 году до 950 613,34 млн. руб. в 2015 году. Рост чистой выручки связан с увеличением торговых площадей и ростом сопоставимых продаж на 6,21% (с НДС).

В 2015 году компания сохранила лидерство в секторе розничной торговли продуктами питания в России по объему продаж, а также по количеству магазинов, торговой площади и капитализации.

2. В течение 2015 года компания открыла 2 378 магазинов, в том числе 1 250 магазинов у дома, 29 гипермаркетов, 58 магазинов «Магнит Семейный» и 1 041 магазин дрогери. Таким образом, по состоянию на 31.12.2015 г. розничная сеть «Магнит» насчитывала 12 089 магазинов, в том числе 9 594 магазина у дома, 219 гипермаркетов, 155 магазинов «Магнит Семейный» и 2 121 магазин дрогери. Совокупная торговая площадь магазинов увеличилась на 22,92% с 3 590,64 тыс. кв.м. до 4 413,72 тыс. кв.м.

3. Количество покупателей увеличилось на 14,70% с 2 944,12 млн. в 2014 году до 3 376,86 млн. в 2015 году.

4. Доля продаж товаров под собственной торговой маркой в 2015 году составила 10,99%, количество наименований товаров под собственной торговой маркой в 2015 году составило 596. Компания планирует в дальнейшем наращивать долю продаж товаров под собственной торговой маркой, в первую очередь, за счет расширения предложения этих товаров в гипермаркетах «Магнит».

В 2015 году компания открыла шесть распределительных центров: Астрахань, Краснодар, Пенза, Пермь, Смоленск и Тюмень. Открытие логистических комплексов повысило качество сервиса в Южном, Приволжском, Центральном и Уральском регионах. Общая площадь 33 распределительных центров⁸ на 31 декабря 2015 года⁸ составила около 1 300 тысяч кв. м.

6. В отчетном году автопарк компании сократился на 56 грузовых автомобилей, общее количество единиц составило 5 882. Компания продолжила работать над улучшением системы логистики.

7. В 2015 году компания увеличила объем товаров, доставляемых через распределительные центры, до 87% с 86% в 2014 году, что также является драйвером роста валовой маржи.

8. Компания активно работала с персоналом, повышая лояльность своих сотрудников и развивая корпоративную культуру. По состоянию на 31 декабря 2015 году общая численность сотрудников компании превысила 265 тысяч, из которых 194 723 – это персонал магазинов,

40 369 заняты в логистической составляющей компании, 19 108 работают в филиалах, 9 342 – сотрудники Головной компании, 2 440 – прочий персонал. Средняя заработная плата по компании в 2015 году составила 29 636 руб.

В 2015 году среднесписочная численность сотрудников группы компаний "Магнит" составила 232 159 человек. На основании данных, полученных из открытых источников, менеджмент Компании предполагает, что Компания является крупнейшим частным работодателем в России.

Рост сопоставимых продаж 2015 года к 2014 году в рублевом выражении составил 6,21%, средний чек вырос на 7,23%, трафик снизился на 0,96%.

10. Валовая маржа компании снизилась с 28,88% в 2014 г. до 28,49% в 2015 г. преимущественно в связи с ростом инвестиций в цену и перехода покупателей на менее дорогие товары. Валовая прибыль в рублях выросла на 22,81% с 220 520,56 млн. руб. (5 739,49 млн. долл.) до 270 820,81 млн. руб. (4 442,75 млн. долл.).

11. Показатель EBITDA в рублях вырос на 21,03% - с 85 909,67 млн. руб. (2 235,97 млн. долл.) в 2014 г. до 103 972,93 млн. руб. (1 705,65 млн. долл.) в 2015 г. Маржа EBITDA за 2015 год составила 10,94%. Соотношение Netdebt/EBITDA (в рублях) на конец 2015 года составило 0,92.

12. Чистая прибыль компании в 2015 году увеличилась на 23,85% и составила 59 061,20 млн. руб. (968,89 млн. долл.) против 47 685,84 млн. руб. (1 241,12 млн. долл.) в 2014 году. Маржа чистой прибыли за 2015 год составила 6,21%.

На деятельность предприятий группа «Магнит» влияют множество ограничений, таких как: риски страновые и региональные, экологические, политические и т.д. Неблагоприятное изменение макроэкономических условий и снижение потребительского спроса в России могут негативно отразиться на выручке Группы ПАО «Магнит» и её прибыли.

Высокий уровень конкуренции может привести к уменьшению рыночной доли.

Сфера розничной торговли в России характеризуется высоким уровнем конкуренции. Группа конкурирует со значительным количеством российских и международных компаний. В последние годы рост потребительского спроса в России привлек новых участников рынка и привел к усилению конкуренции. Розничные сети конкурируют между собой преимущественно на основании места нахождения магазинов, по качеству продуктов, сервису и цене, разнообразию товаров и состоянию магазинов. Выход дополнительных игроков на российский рынок может еще более обострить конкурентную борьбу и снизить эффективность деятельности ГК «Магнит». Основными конкурентами Группы в формате «магазин у дома» являются «Пятерочка» и «Дикси», а в формате гипермаркетов – «Ашан», «Перекресток», «Карусель», «Лента» и «О'кей». ГК «Магнит» также конкурирует с региональными и местными розничными сетями, независимыми продовольственными магазинами и продовольственными рынками.¹

Страновые и региональные риски.

ГК «Магнит» не имеет магазинов или других объектов за пределами Российской Федерации. Поскольку ГК «Магнит» осуществляет свою

¹ Рысев Н. Активные продажи / Н. Рысев. СПб.: Питер, 2016. – С. 78.

основную деятельность в Российской Федерации, основные страновые и региональные риски, влияющие на деятельность ГК «Магнит» и Эмитента, это риски, связанные с Российской Федерацией. Однако, в связи с усиливающейся глобализацией мировой экономики, существенное ухудшение экономической ситуации в мире может привести к заметному спаду экономики России, и как следствие снижению спроса на товары широкого потребления.

Политические риски рассмотрим. Политическая нестабильность в России может оказать отрицательное влияние на стоимость инвестиций в России, а также на стоимость акций Эмитента. Политическая нестабильность может привести к ухудшению макроэкономической ситуации, включая бегство капитала, снижение инвестиций и деловой активности.¹

Также хотелось бы отметить экономические риски. За последние годы российская экономика характеризовалась значительной нестабильностью рынков заемного и акционерного капитала (например, рынок акций российских эмитентов испытал значительный спад во втором полугодии 2008 года), в результате чего регуляторы рынка многократно приостанавливали торги на основных российских фондовых биржах, ММВБ и РТС (слияние которых произошло в 2011 году, после чего образовалась Московская Биржа). Российская экономика также характеризовалась значительным спадом иностранных инвестиций и резким снижением валового внутреннего продукта в отдельные годы. Так, например, в 2009 году российский валовой внутренний продукт снизился на 7,8% в реальном выражении.

Социальные риски также имеют роль, выражающаяся в невыплате государством и многими частными компаниями заработной платы в полном размере и в установленные сроки, а также в целом отставание заработной платы и пособий от быстро растущей стоимости жизни приводили в прошлом и могут привести в будущем к трудовым и социальным

¹Сажина М.А. Экономическая теория / М.А. Сажина. М.: НОРМА, 2016. – С. 139.

беспорядкам. Подобные трудовые и социальные беспорядки могут привести к негативным политическим, социальным и экономическим последствиям, в том числе к росту национализма, к ограничениям на участие иностранцев в российской экономике, а также к росту насилия. В случае если какие-либо из этих последствий роста социальной нестабильности материализуются, деятельность Эмитента может быть ограничена и рентабельность ГК «Магнит» может снизиться.

Экологические риски. Аварии на экологически опасных объектах в Российской Федерации, а также загрязнение окружающей среды могут негативно отразиться на деятельности Группы.

В рамках среднесрочной перспективы развития Общество выделяет следующие направления развития:

1. Дальнейшее расширение сети за счет роста плотности покрытия ключевых рынков присутствия, а также органического развития в наименее освоенных регионах России.

2. Развитие мультиформатной бизнес-модели: продолжение агрессивного развития форматов "магазин у дома", "гипермаркет", "Магнит Семейный" и "магазин drogери";

3. Формирование высокого уровня лояльности к бренду со стороны ключевой аудитории.

4. Внедрение дополнительных мер по оптимизации издержек и улучшению рентабельности.

В перспективе 2-3 лет компания планирует сохранять высокие темпы роста бизнеса. Так, на 2017 год запланировано открытие 900 - 950 магазинов у дома, 80 гипермаркетов (включая магазины «Магнит Семейный»), а также 1 200 магазинов drogери. Накопленный опыт и технологии компании позволяют ей открывать прибыльные магазины малого формата в населенных пунктах с численностью всего 5 000 человек, в то время как для магазинов формата гипермаркет и «Магнит Семейный» этот порог составляет всего 25 000 человек.

В заключение делаются выводы.

Розничная торговля представляет собой конечный элемент в процессе движения товара от производителя к конечному потребителю.

Розничный рынок переходит в стадию гиперсегментации: происходит очередной пересмотр торговых концепций, проводятся мероприятия по укреплению бренда. Менее крупный бизнес уходит в еще более узкую специализацию, концентрируясь на главных целевых группах. Компании все больше отказываются от непрофильных или не доходных активов, проводят реструктуризацию бизнеса, снижают издержки, усиливают централизацию функций управления.

Розничная сеть «Магнит» работает для повышения благосостояния своих клиентов, предлагая им качественные товары повседневного спроса по доступным ценам. Компания ориентирована на покупателей с различным уровнем доходов и поэтому ведет свою деятельность в четырех форматах: магазин «у дома», гипермаркет, магазин «Магнит Семейный» и магазин косметики.

Компания продолжает расширять свое присутствие в регионах с низкой представленностью, а также адаптировать ассортимент в соответствии с потребностями покупателей.

В рамках комплекса мероприятий повышения лояльности бренду «Магнит» проводится анализ предпочтений потребителей для построения маркетинговой политики с учетом особенностей различных форматов.

В качестве дополнительного фактора популярности бренда менеджмент ГК «Магнит» рассматривает повышение уровня обслуживания в магазинах сети за счет соответствующей работы с набираемым персоналом.