

Сравнительный анализ конкурентных преимуществ компании X5 Retail Group

Научный руководитель – Рудаков Виктор Николаевич

Бочарова Александра Павловна

Студент (бакалавр)

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Факультет мировой экономики и мировой политики, Москва, Россия

E-mail: bochabocho17@yandex.ru

X5 Retail Group является одной из ведущих российских мультиформатных продуктовых розничных компаний, лидером отечественного FMCG сектора. В данном исследовании был проведен анализ конкурентоспособности X5 Retail Group на основании 5 конкурентных сил Портера, а также анализ основных финансовых показателей. Для проведения исследования были использованы данные из открытых источников компании за последние годы, а также данные ее ближайшего конкурента - компании «Магнит».

Исследование состоит из двух частей: анализ компании и ее конкурентов на основе 5 сил Портера, а также составленного в ходе работы SWOT-анализа. Анализ по пяти силам Портера заключал в себе следующие части:

- Анализ рынка и позиционирование фирмы X5Retail Group, в ходе которого была вычислена концентрация рынка на основе индекса Херфиндала-Хиршмана, сделан вывод о низкой концентрации и выявлены основные конкуренты розничных сетей «Карусель», «Перекресток» и «Пятерочка», находящихся в ведении данной компании. Также на данном этапе были собраны сведения о наборе товаров, представленных в вышеуказанных розничных магазинах компании и был проведен сравнительный анализ с продукцией основных компаний-конкурентов.

- Барьеры входа на рынки и потенциальная конкуренция. На данном этапе были вычислены основные затраты предпринимателя на создание продуктового магазина в России, сроки юридического оформления и барьерные риски; выявлены преимущества сетевой розничной торговли и проведен анализ кризисных тенденций, ставших причиной спада на рынке продовольственных товаров. Был проведен также анализ политики компании X5 Retail Group и ее конкурентов по повышению лояльности потребителей, отношений с поставщиками, а также рынка капитала. В ходе исследования на данном этапе были сделаны выводы о том, что рынок розничной торговли в России продолжает сохранять высокую степень конкуренции, за счет чего барьеры входа на рынок для новой фирмы остаются низкими. Тем не менее, особую значимость приобретает эффект масштаба, которым пользуются наиболее влиятельные игроки; в результате происходит ослабление конкурентных механизмов, и он начинает тяготеть к олигопольной модели, при которой подавляющий объем продаж поделен между ограниченным числом основных игроков.

- Характеристика потребителя, в ходе которого был проведен анализ рыночного поведения компании и населения, пользующегося услугами X5 Retail Group. Было выяснено, что для увеличения потребительского спроса X5 применяет серию стратегий в отношении потребителей, например, проведение акций, создание дисконтных карт, скидки социально незащищенным слоям населения, которые доказывают свою эффективность вследствие ежегодного увеличения количества потребителей и высокой репутации магазинов в России и в странах СНГ.

- Территориальный аспект анализа фирмы, в ходе исследования которого были выявлены следующие тенденции развития компании: в отличие от «Магнита», который

расширяет географию присутствия за счет южных регионов, X5 retail фокусируется на центральной части страны, обладающей высоким покупательским спросом, а также начала выход на рынки УФО, которые к настоящему времени ещё не освоены федеральными торговыми сетями.

Анализ итогов деятельности, конкурентных преимуществ и перспектив фирмы. Была исследована финансовая отчетность компании X5 Retail Group, отчетность ее основного конкурента «Магнит», а также логистическая инфраструктура обеих компаний. В ходе анализа было выяснено, что за последние годы выручка X5 стабильно растет, и в 2016 году стала крупнейшей среди сетей розничной торговли с показателем 1 033,66 млрд. рублей, но чистая прибыль составила только около 2% от выручки с результатом 22 млрд. рублей. Анализ показателей рентабельности, ликвидности финансовой стабильности капитала показал высокую платежеспособность компании и ее возможность погасить свои обязательства.

Вторая часть исследования заключала в себе SWOT- анализ компании, в ходе которого было выяснено, что основными сильными сторонами являются расположение магазинов близко к жилым районам, высокая репутация магазинов, активная закупка новых брендов (характерно в первую очередь для сети "Перекресток"), низкие цены (для сетей "Пятерочка" и "Карусель"). Слабыми сторонами является присутствие в магазинах большого количества товаров низкого качества (в частности, текстиля, посуды и т.д.), что омрачает репутацию магазинов компании среди потребителей, а также случаи некорректного поведения сотрудников магазинов. Главными факторами для развития является освоение новых регионов, в которых еще не представлена деятельность компании, а также присутствие в портфеле компании нескольких торговых сетей, что позволяет конкурировать с конкурентами во многих ценовых сегментах. Риски компании главным образом связаны с не менее активными действиями по расширению сетей-конкурентов, которые могут привлечь большую часть потребительского спроса, тем самым ухудшив возможности для деятельности X5.

Источники и литература

- 1) Бутов А.М. Рынок розничной торговли продуктами питания. НИУ ВШЭ, Институт «Центр развития».
- 2) Локтев Э.М., Саркисян Л.Г. Качество торгового обслуживания и лояльность потребителей в супермаркетах // Торгово-экономический журнал. — 2016. — Том 3. — № 4.
- 3) Федорова М.А., Гончарова Ю.А., Папышева Л.И. Разработка стратегии развития предприятия на примере «X5 Retail Group». — 2014.
- 4) Презентации X5 Retail Group для инвесторов на 2017 год.
- 5) Презентация для инвесторов «Магнит» на 2017 год.
- 6) Пресс – релиз X5 Retail Group по итогам 2016 года.
- 7) X5 Retail Group Annual Report 2016.
- 8) База данных Росстат: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/retail/