

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/nauchno-issledovatel'skaya-rabota/164718>

Тип работы: Научно-исследовательская работа

Предмет: Инновационный менеджмент

-

Из рис. 1 видно, что 94% магазинов относятся к бренду «Пятерочка», 5% - супермаркеты «Перекресток» и всего 1% приходится на гипермаркеты «Карусель». «Пятерочка» лидирует среди трех брендов X5 Retail Group из-за формата сети - «магазин у дома». Магазины этого бренда плотно размещены по городам и находятся почти в каждом или у каждого дома - это удобно для потребителей, и поэтому в 2020 г. формат «магазин у дома» внес наибольший вклад в развитие бизнеса. Основными характеристиками данного формата являются:

- привлекательные цены для покупателей;
- высокая доступность товаров на полке;
- безопасность магазинов;
- хорошо развитая система лояльности и постоянно обновляющаяся система гибких скидок и акционных, сезонных и специальных предложений.

Компания управляет магазинами нескольких торговых сетей: магазинами у дома под брендом «Пятерочка», супермаркетами под брендом «Перекресток» и гипермаркетами под брендом «Карусель». Компания занимает лидирующие позиции в e-commerce, развивая цифровые бизнесы «Перекресток Впрок», 5Post, сервисы экспресс-доставки и агрегатор «Около».

В период распространения COVID-19 X5 Retail Group также прокомментировали ситуацию с обстановкой и ситуацией с другими брендами - «Перекресток» и «Карусель».

Согласно консолидированным операционным результатам за 3 квартала 2020 г., вклад «Перекрестка» был ниже бюджетных показателей из-за влияния на сеть карантинных мер: часть магазинов была закрыта, однако отдельно стоящие супермаркеты «Перекресток» продемонстрировали рост продаж на 24% во 2 квартале 2020 г.

Вклад гипермаркетов «Карусель» в выручку ежегодно снижается, это происходит из-за трансформации формата и оттока трафика посетителей в период пандемии. В отличие от «Пятерочки», гипермаркеты «Карусель» расположены для большинства покупателей не в пешей доступности, что снизило посещаемость в данной сети. Однако, рентабельность данного формата превысила в 2020 г. бюджетные цели из-за ряда операционных инициатив.

В период пандемии были замечены изменения в показателях деятельности X5 Retail Group.

Динамика основных показателей деятельности X5 Retail Group за 2019-2020 гг. представлены в таблице 1.

Таблица 1 - Динамика основных показателей деятельности X5 Retail Group за 2019-2020 гг.

Показатели Годы Изменения

2019 2020 Млн.руб. %

Выручка, млн руб. 1734347 1978026 243679 14,1

Издержки, млн.руб. 1308549 1490803 182254 14,6

Валовая прибыль, млн. руб. 425798 487223 61425 14,59

EBITDA 122585 145137 22552 18,4

Количество магазинов 16297 17707 1410 8,65

Чистая торговая площадь, тыс. кв. м 7240 7840 600 8,3

Как видно из таблицы 1 издержки увеличились на 14,6%. Темп роста валовой прибыли за период 2019-2020 гг. составил 14,59%. Суть «золотого правила экономики предприятия» заключается в том, что темпы роста прибыли должны превышать темпы роста выручки от продажи товаров и оказания торговых услуг. В нашем случае это правило соблюдается. Более высокие темпы роста прибыли по сравнению с темпами роста выручки от продажи свидетельствуют об относительном снижении издержек обращения, что отражает

повышение экономической эффективности предприятия.

Основным фактором, обусловившим рост валовой прибыли, выступает наращивание объемов продаж.

Величина себестоимости также росла. Так, в 2020 г. затраты от основной деятельности возросли на 14,6 %, при этом темп роста затрат превышал темп роста выручки.

За период 2019-2020 гг темп роста чистой выручки составил 14,1%. Данного результата удалось достичь благодаря:

- росту сопоставимых (LFL) (1) продаж на 5,5%;
- росту торговой площади на 8,3% (вклад в рост выручки +8,8%).
- Выручка цифровых бизнесов («Перекресток Впрок», экспресс-доставка и 5Post) увеличилась на 362,2% г-к-г до 20,1 млрд руб., составив 1,0% консолидированной выручки в 2020 г. и добавила 0.9 п.п. к темпу роста годовой консолидированной выручки.
- Чистая офлайн выручка ключевых форматов «Пятерочка» и «Перекресток» увеличилась на 16,5% и 13,9% г-к-г, соответственно.
- Формат «магазинов у дома» внес наибольший вклад в рост бизнеса в 2020 г. на фоне перетока трафика из традиционных форматов и гипермаркетов.
- X5 добавила 1 410 магазинов в 2020 г.; 583 «магазина у дома» и 46 супермаркетов (включая 24 магазина «Карусель», переданных «Перекрестку») были реконструированы в соответствии с новыми концепциями. В целом экономический потенциал предприятия возрастает по сравнению с предыдущим периодом. Главный исполнительный директор X5 Игорь Шехтерман прокомментировал: «Наши результаты в 2020 г. демонстрируют, что мы выбрали правильную стратегию несколько лет назад, когда начали уделять особое внимание цифровой трансформации нашего бизнеса. Благодаря нашей надежной ИТ-инфраструктуре и новым цифровым сервисам, разработанным для наших покупателей, мы смогли быстро адаптироваться к беспрецедентным изменениям потребительского спроса во время пандемии COVID-19 и быстро масштабировать «Перекресток Впрок» и услуги экспресс-доставки. Выручка онлайн-гипермаркета увеличилась на 207,9% г-к-г, а в сумме наши онлайн-бизнесы позволили нам уверенно войти в число ведущих игроков в этом секторе.

1. Горгодзе Т.Е. Влияние коронавирусной инфекции на развитие электронной торговли. Вестник Самарского государственного экономического университета. 2020. № 9 (191). С. 34-30.

2. Консолидированные операционные результаты X5 Retail Group 2019-2020 гг. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://www.x5.ru/ru/PublishingImages/Pages/Media/News/Q2_2020_Trading_Update_RUS.PDF (дата обращения: 04.04.2021).

3. Официальный сайт X5 Retail Group [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.x5.ru/ru/> (дата обращения: 04.04.2021).

4. Пандемия COVID-19: мир столкнется с дефицитом продуктов питания [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.dw.com/ru/пандемия-covid-19-мир-столкнется-с-дефицитом-продуктов-питания/a-52980646> (дата обращения: 04.04.2021).

5. AdvantShop. Аналитика по онлайн-продажам в период карантина [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.advantshop.net/blog/common/analitika-po-onlain-prodazham-v-periodkarantina> (дата обращения: 04.04.2021).

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/nauchno-issledovatel'skaya-rabota/164718>