

*Начальник отдела корпоративных рейтингов
агентства «Кредит-Рейтинг»
Кулик Андрей*

РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ: ИТОГИ 2010 ГОДА И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ В 2011 ГОДУ

По итогам 2010 года рост объемов оборота розничной торговли в Украине составил 7,6% (в натуральном измерении товарооборот увеличился до 530 млрд. грн.). На формирование положительных показателей частично повлияли низкая сравнительная база, а также изменения в методике расчетов Госкомстатом данного показателя.

При этом необходимо отметить, что увеличению товарооборота способствовали рост реальной заработной платы населения, активизация потребительского кредитования, а также постепенное восстановление экономической активности отраслей, ориентированных на внутренний потребительский рынок (легкая промышленность, пищевая и перерабатывающая отрасли).

Рост объемов производства потребительских товаров был сопряжен с некоторым усилением инфляционных процессов. На увеличение индекса также повлиял рост цен на продовольственные товары, повышение ставок акцизного сбора, колебания валютных курсов, сезонный рост цен на отдельные группы товаров.

Необходимо отметить, что несмотря на рост объемов розничного товарооборота, экономическая активность предприятий остается на уровне ниже докризисного 2008 года (по итогам 2009 года падение объемов розничного товарооборота к 2008 году составило 16,6%).

Отечественный рынок розничной торговли на протяжении 2009-2010 гг. стал более концентрированным, в результате чего постепенно увеличивается удельный вес крупнейших розничных сетей. Организованная торговля (в т.ч. сетевая торговля) занимает около 55-60% рынка розничной торговли Украины, рынки – соответственно 40-45%. На современном этапе развития рынка наблюдается переход операторов на новые форматы организации торговли, а также качественный рост отрасли (усовершенствование услуг, сервисов, ориентированных на предпочтения потребителей). При этом доля национальных операторов на рынке цивилизованной сетевой торговли Украины остается достаточно низкой – около 25%. Для сравнения, 4 крупнейшие сети Великобритании контролируют около 86% внутреннего рынка, в Германии на 5 сетей приходится 65%, во Франции на 5 игроков - 85%.

На протяжении 2010 года в ассортиментной политике операторов рынка наблюдалась тенденция к увеличению продаж товаров низкого и среднего ценовых сегментов и продукции украинского производства, а также к сокращению в товарных портфелях удельного веса низкорентабельной продукции с неустойчивым спросом. Кроме того, следует отметить, что крупные ритейлеры в 2010 году увеличили объемы продаж продукции «private label». Как правило, цены на товары собственного производства в среднем на 15% ниже аналогов, при этом удельный вес продукции «private label» в общем ассортименте национальных сетей остается значительно ниже, чем у европейских операторов.

В 2010 году на рынке розничной торговли Украины наблюдалось сохранение позиций ведущих ритейлеров (в частности, в сфере торговли продовольственными товарами). Основные усилия операторов были направлены на удержание рыночных позиций, оптимизацию структуры существующих торговых сетей и реализацию планов по незначительному расширению географического присутствия, причем открытие новых магазинов осуществлялось преимущественно на арендуемых площадях.

На развитие розничной торговли значительно повлияла кризисная ситуация на финансовом рынке Украины. Коммерческие банки были вынуждены сокращать объемы активных операций с целью аккумуляции средств, что привело в начале 2010 года к росту процентных ставок по кредитам и сокращению сроков кредитования. Подорожание заемного капитала, а также сложность с рефинансированием ранее привлеченных ресурсов отрицательно повлияли на деятельность розничных сетей. Проблемы с финансированием заставили многих операторов рынка пересмотреть плановые показатели деятельности.

Необходимость погашения банковских кредитов в условиях дефицита оборотных ресурсов, а также низкие темпы восстановления покупательной способности заставили операторов, поставщиков, а также арендодателей пересмотреть условия сотрудничества, в том числе за счет уменьшения сроков рассрочки оплаты поставленной товарной продукции, снижения арендных ставок, перехода от фиксированных к плавающим арендным ставкам. Проблемы во взаиморасчетах способствовали частичной переориентации производителей и поставщиков продукции на другие каналы сбыта продукции (дискаунтеры, «магазины у дома», линейная розничная торговля, рынки, электронная коммерция и т.д.). Кроме того, ряд предприятий-производителей начали создание сетей собственных (фирменных) магазинов или расширение существующих.

В 2011 году агентство ожидает увеличения темпов роста розничного товарооборота, при этом факторами роста могут стать как активизация коммерческими банками потребительского кредитования и кредитования бизнеса, так и рост доходов населения, а также улучшение потребительских настроений. При этом достаточно острым остается вопрос управления высокой долговой нагрузкой, а также необходимости обслуживания долгов предприятиями розничной торговли.

В текущем году, по мнению агентства, усилия операторов рынка розничной торговли будут направлены на оптимизацию торговых сетей, повышение уровня их прибыльности, также усилия будут направлены на снижение валютных рисков и стоимости заемных ресурсов. В связи с тем, что значительная часть обязательств по банковским кредитам предприятий розничной торговли была реструктурирована в среднем на 1-2 года, в 2011 году операторы столкнутся с необходимостью проведения дальнейшей работы по реструктуризации обязательств. Наряду с банковскими кредитами, источниками привлечения заемных ресурсов может стать частичная продажа активов предприятий, что в свою очередь может повлечь за собой активизацию процессов консолидации рынка розничной торговли Украины.

Какие крупнейшие торговые сети (продуктовые и не продуктовые) по обороту, капиталу и объемам продаж работают в Украине?

Среди национальных продовольственных розничных сетей можно выделить: ГК «Фоззи» (сети «Сильпо», «Фора», «Фоззи» cash&carry); Metro - cash&carry; АТБ-Маркет (супермаркеты и магазины у дома), ГК «Фуршет» (супермаркеты «Фуршет», «Фуршет-гурман»); ГК «Велика кишеня» (супермаркеты «Велика кишеня», «Просто маркет» - магазины у дома); ГК «Амстор» - супермаркеты; ГК «Таврия» супермаркеты и гипермаркеты; «ЭКО» («Эко-Маркет» - супермаркеты).

В сегменте бытовой техники и электроники крупнейшими игроками являются: ГК «Фокстрот», «Эльдорадо», «МегаМакс», «Комфи».

Какое место занимают торговые сети других стран на рынке Украины?

На сегодня на украинском рынке организованной розничной торговли доминируют сети украинских операторов, но также присутствуют зарубежные сети. Среди иностранных компаний на рынке представлены: Metro Cash&Carry (Германия), Billa (Австрия), Auchan, Novus и пр. В 2010 году на украинском рынке начала работать немецкая компания «Praktiker AG», владеющая второй по величине сетью строительных супермаркетов в Германии.

***Стоит ли ожидать в 2011 году активной экспансии крупных торговых сетей других стран?
Насколько привлекательный этот сегмент рынка для инвестирования?***

В целом, большинство потенциальных инвесторов заняли выжидательную позицию, относительно вхождения на розничный рынок Украины, что связано с сохранением высоких внутренних и внешних рисков, что, в свою очередь, влияет на снижение привлекательности украинского рынка. В международном рейтинге 2010 года, составленном компанией «А.Т. Kearney», Украина не вошла в список наиболее перспективных с точки зрения развития сектора розничной торговли. При этом определяющими факторами, которые влияют на привлекательность отечественного рынка, являются: показатели экономического роста, устойчивый потребительский спрос, низкая концентрация рынка. В сфере слияний и поглощений активность инвесторов остается также на низком уровне, отмечаются единичные сделки по приобретению активов.