

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

ПРОГНОЗЫ

«Есть ощущения предкризисного характера»

Что будет с рынком розничной торговли в 2014 году

Оксана Клиницкая

«Представители пермского ритейла подготовили бизнес-планы на следующий год. И они оказались пессимистичными. Потребительский спрос падает, рентабельность снижается», — констатируют крупнейшие игроки пермского рынка. Труднее придётся непродуктовой рознице.

«Потребность покупать»

Генеральный директор ЗАО ДЦ «Колизей» (управляет торговыми центрами «Колизей Atrium», «Колизей СитиПарк», «Домино», а также бизнес-центрами «Любимов» и Green Plaza) Марина Медведева отмечает, что, по данным как арендаторов, так и самой компании, покупательская способность населения падает, поэтому «нет предпосылок росту продаж в 2014 году». Если в планы предыдущих лет «Колизей» закладывал устойчивый рост, то на следующий год запланировано сохранение существующих объёмов дохода.

«У людей осталась потребность и привычка совершать покупки,ходить в магазины, но количество покупок суммарно падает. Население отказывается от более дорогих товаров в пользу дешёвых, то есть категория «средний плюс» меняется на «средний», а «средний» — на «средний минус». Таким образом, спрос падает на товары более дорогого сегмента, но на более дешёвые товары спрос остаётся на прежнем уровне», — рассказывает Медведева.

«Колизей», по словам топ-менеджера, ставит себе задачу сберечь потребителей, предлагая им качественный товар, возможно, в более дешёвом сегменте, что не означает вхождения в дисконт.

Обратную связь у крупнейших арендаторов по вопросу потребительского спро-

са около двух месяцев назад запросила генеральный директор ТЦ «Семь пятниц» Лариса Скобцева. «Все как один сказали, что за последние несколько месяцев динамика спроса падает», — сообщила она. По мнению Скобцевой, такая динамика сохранится и на следующий год.

«Поддерживаю коллег, и мы на следующий год верстаем консервативный бизнес-план, — говорит директор УК «Столица-Пермь» (управляет ТРК «Столица», а также торгово-офисным центром «Эко») Константин Копытов. — Есть ощущения предкризисного характера».

По наблюдению директора УК «ЭКС» (управляет торговыми центрами ЦУМ, «Семья», супермаркетами «Семья» и «Диско») Елены Ждановой, спрос на продукты питания и на все остальные товары имеет разные тренды. Она даёт осторожные прогнозы на развитие непродуктовой розницы. Рост в целом в этом сегменте будет, но ниже — если сравнивать с продуктовой розницей, считает Жданова.

Пермяки стали более сдержаны в приобретениях в непродуктовом сегменте — если сравнивать с периодом до кризиса 2008 года. И эта сдержанность в потреблении продолжает сохраняться. Сократилось количество спонтанных покупок, покупатели более планово подходят к решению о покупках товаров непродуктового сегмента, считает Жданова.

По наблюдениям Марины Медведевой, изменений нет. Распродажи всё ещё рабо-

тают как механизм привлечения спроса и стимулирования спроса, говорит она.

Генеральный директор группы компаний «Норман-Виват» (управляет магазинами «Норман», «Виват», «Дельта») Вадим Юсупов в своих ожиданиях придерживается мнений президента и премьер-министра России: страна вступила в стагнацию. «В 2014 году бурного роста экономики не ожидается, доходы населения будут расти пропорционально инфляции, которая, по прогнозу Центробанка, составит 5%», — напоминает ритейлер.

По магазинам группы «Норман-Виват» Юсупов замечает небольшое падение маржи и снижение торгового оборота. В 2013 году, например, по сравнению с 2012 годом, картофель подорожал на 20-30%, а бананы и яблоки стали дешевле на 15%. В тоннах продукции продано меньше на эти же 15%, но в выручке «Норман-Вивата» изменений не случилось.

О снижении потребительского спроса говорят и аналитики.

Проведённое в декабре компанией «Делойт» исследование показало, что в 2013 году россияне почувствовали замедление экономического роста, но по-прежнему с большим, чем европейцы, оптимизмом судят о состоянии и перспективах развития экономики: в России экономический спад наблюдают лишь 37% опрошенных, по сравнению с 50% в среднем по Европе. Это также выражается и в том, что рост своей покупательской способности в 2013 году почувствовали 32% российских респондентов, по сравнению с 17% европейцев. При этом россияне не ждут быстрого роста экономики в 2014 году: около трети наших сограждан ожидают продолжения экономического спада.

Предпосылки: от большого к малому

Причины снижения потребительского спроса кроются в кредитной нагрузке, отсутствии индексации заработных плат, росте инфляции — единодушны опрошенные «Новым компаньоном» ритейлеры.

Константин Копытов ориентируется на сигналы экономики: цена на акции на биржах, капитализация компаний падает, промышленность снижает обороты.

«С валютой происходит нечто необыкновенное, идёт девальвация рубля, будут сокращения работников. Так было в конце 2008 года. 101% товаров — это импорт», — утверждает Копытов. По его словам, из-за роста курса евро и доллара по отношению к рублю «однозначно следует ждать рост цен на товары народного потребления».

«На торговле, как в зеркале, отражается экономическая ситуация в целом», — согласна Лариса Скобцева. И сейчас, по её мнению, предпосылки к росту отсутствуют. Ориентиром повышения зарплат для частных компаний служит бюджетный сектор, а сейчас, отмечает Скобцева, заработки служащих не растут, поэтому у бизнеса нет повода повышать оплату труда. В то же время появление новых торговых площадей не сказывается на потребительском спросе.

«Несмотря на открытие в Пермском крае новых магазинов, нельзя сказать, что площадь торговых метров на одного жителя увеличилась», — говорит Вадим Юсупов. Открытие новых торговых центров сопровождается закрытием киосков, рынков и прочих торговых точек с хаотичной торговлей, происходит перераспределение, поясняет он.

ТЕМ ВРЕМЕНЕМ

Группа компаний «О'КЕЙ» присматривается к Перми

«Мы планируем выход в Пермь и изучаем все интересные предложения по земельным участкам и торговым центрам», — сообщил «Новому компаньону» руководитель по внешним коммуникациям Группы компаний «О'КЕЙ» Артём Глущенко. При этом он отметил, что «о конкретных проектах говорить рано, скрипки не определены».

Глущенко рассказал, что для строительства гипермаркета федеральная торговая сеть выбирает генерального подрядчика. Если речь идёт о размещении магазина в торговом центре, строит девелопер, то «О'КЕЙ» «садится» якорным арендатором либо возможен вариант соинвестирования.

Общая площадь супермаркетов «О'КЕЙ» составляет от 1,5 тыс. до 3,5 тыс. кв. м, гипермаркетов — от 3,5 тыс. до 14 тыс. кв. м.

Согласно требованиям к земельным участкам и помещениям для гипермаркетов «О'КЕЙ» и супермаркетов «О'КЕЙ-Экспресс», которые размещены на официальном сайте группы, компания приобретает в собственность или арендует на срок не менее 25 лет землю в населённых пунктах либо участки промышленного назначения площадью от 3 до 20 га ровного рельефа и правильной формы без острых углов, расположенные на первой линии автодорог, без водотёсов, лесов и других природных ограничений, а также их охранных зон, без газопроводов

высокого давления, газораспределительных станций, железнодорожных путей и других антропогенных объектов.

При этом у земельного участка не должно быть правовых обременений, в том числе объектов капитального строительства и коммуникаций, права на которые принадлежат третьим лицам.

«О'КЕЙ» также готова арендовать торговые помещения, которые расположены на пересечении основных автодорог либо при въезде/выезде из города с населением от 100 тыс. человек (в регионах), либо на крупных развязках радиальных автодорог по правой стороне (при движении из центра); в составе торговых центров, ритейл-парков или отдельно стоящие строения; в одном уровне, с высотой потолка от 5 м; шаг колонн — от 12 м; нагрузка на пол — 1 т/кв. м в торговом зале, 2 т/кв. м — в зоне склада.

Группа компаний «О'КЕЙ» входит в число лидеров российского ритейла, располагая 89 торговыми комплексами, общей торговой площадью более 435 тыс. кв. м в Северо-Западном, Южном, Центральном, Уральском и Сибирском регионах страны. Сегодня магазины сети «О'КЕЙ» работают в 20 крупнейших городах России.

Общая выручка группы по итогам 2012 года составила 117,3 млрд руб., чистая прибыль достигла 4,7 млрд руб.