

РАЗВОРОТ

РЕТЕЙЛ

Торговая доля

Федеральные продуктовые сети продолжают экспансию в Прикамье, однако темпы роста сбыта их продукции снижаются

Мария Сыропятова

Три крупнейшие федеральные сети — «Пятёрочка», «Магнит» и «Монетка» — продолжают расширять своё присутствие в Пермском крае. За последние два года они открыли 255 новых магазинов. Однако темпы роста сбыта их продукции в последний год замедлились в два раза: если в 2017 году объём продаж вырос на 10,1 млрд руб., то в 2018 году только на 5,3 млрд руб. Ещё одна интересная тенденция — расширение в последний год происходит за счёт открытия магазинов в муниципалитетах края, а не в краевой столице, как было ранее.

Кривая роста

Согласно данным УФАС по Пермскому краю, в 2018 году доля трёх крупнейших федеральных торговых сетей — «Пятёрочки», «Магнита» и «Монетки» — составила суммарно 28,5% от всего объёма реализации продовольствия в регионе. В 2017 году тот же показатель составлял 26,7%, а в 2016 году — 22,7%. За два года доля этих магазинов выросла почти на 5,8%. Больше всех подросла «Пятёрочка» — на 127 магазинов, «Магнит» открыл 94 новых магазина, а «Монетка» — 34.

На этом фоне все три федеральные сети в Пермском крае сохраняют рост объёмов продаж. Однако анализ «Нового компаньона», сделанный на основе данных УФАС и Пермстата, показывает, что этот рост не такой стремительный, как в предыдущие годы. В целом по краю продажи трёх крупнейших сетей в 2017 году выросли на 10,1 млрд руб., а в 2018 году только на 5,3 млрд руб. В то же время прирост числа магазинов оставался примерно на том же уровне. В 2017 году их стало на 131 больше, а в 2018 году — на 124.

Данные говорят о том, что наращивание числа торговых точек в целом помогло федеральным сетям в 2018 году сохранить рост продаж, но уже не позволяет поддерживать скорость роста на том же уровне, как годом ранее. Если в 2017 году рост составил 122,22%, то в 2018 году только 109,6% (даные приведены относительно предыдущего периода).

Вице-президент Пермской торгово-промышленной палаты Елена Гилязова объясняет эту тенденцию стратегией федералов сохранить рост объёмов продаж за счёт открытия новых точек. «Если рядом друг с другом открывать всё новые торговые точки, то их рентабельность в среднем будет снижаться. Но если торговая сеть считает рентабельность не для каждого магазина, а для целого «куста» из точек, то открытие даже одного магазина может иметь смысл. Прежде всего потому, что в этом случае как минимум вырастет объём сбыта продукции», — считает Гилязова.

В конце 2018 года руководство X5 Retail Group (управляет торговыми сетями «Пятёрочка», «Перекрёсток» и «Карусель») заявило о том, что в 2019 году планирует открыть 2 тыс. торговых

точек по всей России. Это, впрочем, на 500 магазинов меньше, чем в 2018 году. В «Магните» планируют сделать ставку на открытие точек продаж в отделениях «Почты России». Речь идёт о 2 тыс. магазинов. Это коснётся только Южного федерального округа, но в случае успеха подобный опыт может быть распространён на всю Россию.

Декан факультета экономики, менеджмента и бизнес-информатики НИУ ВШЭ в Перми Дмитрий Гергерт полагает, что расширение присутствия федеральных торговых сетей в торговле Пермского края продолжится.

«Пока рынок захвачен не до конца, поэтому федеральные торговые сети сохранят стратегию экспансивного роста через открытие новых магазинов. «Пятёрочка», «Магнит» и «Монетка» работают в формате дискаунтеров, именно у них есть перспективы в свете падения реальных доходов населения. В будущем возможен уход части торговли продуктами питания в онлайн, уже сейчас компании активно над этим работают. У X5 Retail Group есть ещё и магазины других форматов — «Карусель» и «Перекрёсток». Они также будут работать над углублением погружения в рынок, предлагая потребителю более интересный сервис и ассортимент продукции», — отмечает Гергерт.

По мнению участников рынка, увеличение доли федеральных торговых сетей оказывает давление на малых игроков, но это не значит, что для них не остаётся места. Это объясняется в том числе усталостью потребителя от стандартного предложения федералов и вос требованностью предложения от местных продавцов.

Торговая сеть «Рива», состоящая из шести магазинов, работает в Краснокамске, Краснокамском и Нытвенском районах. Недавно там закрыли два магазина площадью 500 и 600 м. Представитель сети Евгений Авдонин считает, что давление федеральных торговых сетей сейчас заставляет менять стратегию развития и форматы торговли малых сетей.

«Конкуренцию федеральные сети составляют серьёзную — они теперь стоят через каждые 500 метров. Однако у нас свои преимущества. Во-первых, мы продаём продукт, которого нет в федеральных сетях, в том числе заключаем договоры с локальными производителями. Кроме того, сейчас актуально производить свою продукцию в месте



За два предыдущих года в Пермском крае было открыто 127 новых магазинов «Пятёрочка»

продажи, прежде всего хлебобулочные изделия. Во-вторых, в магазины прилавочного типа, как у нас, люди приходят пообщаться. Продавцы готовы подсказать и пообщаться с покупателями, в то время как в сетевых магазинах продавцы зачастую делают и выгрузку, и раскладку продукции, им не до общения с клиентами», — рассказывает Авдонин.

Отметим, что пермские производители хлеба, кондитерских изделий, молочных и мясных продуктов в последние годы активно развивают свои торговые сети. Например, у представителей Кудинского мясокомбината сейчас более 20 магазинов в Перми. У Чернушинского молокозавода «Макко» почти три десятка торговых точек в Перми, работающих под его брендом. А у фирменной сети кондитерской фабрики «Пермская» — «Пермские конфеты» — почти 20 магазинов. Зачастую пермские производители ставят свои магазины рядом друг с другом, таким образом, чтобы у потребителя была возможность купить все продукты повседневного спроса. Естественно, что это всегда места с высоким пешеходным трафиком, зачастую в непосредственной близости от магазинов федеральных торговых сетей.

Выход в муниципалитеты

В 2018 году наметилась ещё одна тенденция: если раньше федеральные сети открывали больше магазинов в краевой столице, то теперь расширяются в основном за счёт муниципалитетов. Так, в 2017 году 72 магазина из 131 были открыты в Перми, а в 2018 году — 53 из 124 точек.

При этом рост объёмов реализации продовольствия и в 2017, и в 2018 году был в большей степени обеспечен магазинами из краевой столицы. Из 10,1 млрд руб. общего роста объёмов продаж в 2017 году 6,5 млрд руб. приходилось на торговые точки в Перми и только 3,6 млрд руб. на остальные муниципалитеты Пермского края.

В 2018 году, несмотря на больший рост числа магазинов за пределами краевой столицы, больший объём прироста продаж также пришёлся на Пермь — 3 млрд руб. В то время как в остальных муниципалитетах Пермского края федеральным сетям удалось прибавить только 2,3 млрд руб.

Для проникновения федералов всё дальше в муниципалитеты есть свои ограничения. Дмитрий Гергерт считает основным барьером отсутствие площадок для размещения магазинов.

«В 2017 году расширяться было легче, поскольку тогда закрылись магазины сети «Виват». Большое количество площадей освободилось, и там открылись магазины других игроков. На готовом месте открыть магазин намного легче, чем делать всё заново. Среди требований — площадь от 250 кв. м, хороший пешеходный трафик и удобные подходы. Далеко не везде даже такие простые требования можно выдержать», — отмечает Гергерт.

В лидерах по росту объёмов продаж продуктов — крупнейшие по численности муниципалитеты Прикамья. Причём и в 2017, и в 2018 году списки первой пятерки почти не менялись, а в абсолютных лидерах оставалась Пермь. В 2017 году на втором месте были Березники, за ними Пермский и Краснокамский районы, затем Кунгур. В 2018 году на второе место по росту объёмов продаж вышел Кунгур, а за ним — Соликамский, Пермский и Чайковский районы.

Если взвесить данные по муниципалитетам относительно численности населения в каждой территории (на 10 тыс. человек), то список лидеров роста по объёмам сбыта продукции существенно меняется. В 2017 году на первом месте оказался Кишертский район, на втором — Добринский, и только потом Пермь, Кунгур и Березники. Лидерство Добринского района можно объяснить существенным для территории ростом числа магазинов федеральных сетей. В 2017 году их количество