

Российский рынок розницы в 2018-2019: покупательная способность снижается, зарубежные сети теряют рынок

Минэкономразвития прогнозирует, что рост продаж в розничном секторе по итогам 2018 года составит 3%. Эксперты Coface считают этот прогноз оптимистичным, так как инфляция ускоряется, рост реальных доходов россиян продолжает замедляться, а санкционные и политические риски омрачают перспективы национальной экономики все сильнее. Иностранцы розничные сети, не обладающие гибкостью местных игроков, страдают в первую очередь.

Обзор сектора

На сектор розничной торговли приходится 16% российского ВВП (данные на 2017 год). Продовольственные продукты и безалкогольные напитки (30% от общего объема расходов домохозяйств), одежда и обувь (10%), алкоголь и табачные изделия (6%) составляют основу бытового потребления россиян. Еще 6% трат приходится на мебель, бытовые приборы и электронику.

В отличие от продуктового ритейла, в котором доминируют местные игроки, непродовольственный сектор представлен широким рядом крупных европейских компаний, в числе которых Inditex, H&M, Benetton, LPP (одежда и обувь), Ikea (мебель), Leroy Merlin, Castroma, Obi (товары для дома и ремонта). При этом, однако, в категории цифровой электроники и крупной бытовой техники лидируют местные сети М.Видео / Эльдorado (владелец контрольного пакета акций – Сафмар Михаила Гучериева) и DNS. Популярные универсальные магазины также принадлежат в основном местным предпринимателям (в премиальном сегменте – ГУМ и ЦУМ, посередине – местный лицензированный представитель Marks & Spencer, в эконом-сегменте – местные мелкие игроки).

Как и на любом другом развивающемся рынке, рост розничных сетей в России ударяет по малому бизнесу – особенно в крупных городах, расположенных в европейской части России. Кризис с резким падением объемов продаж только ускорил процесс модернизации отрасли и вытеснения малых предприятий, и даже несмотря на некоторое оживление потребительского спроса в посткризисные годы, процесс концентрации рыночной доли в руках крупных корпораций продолжается по сегодняшний день.

Российский ритейл сильно зависит от обстановки и климата на национальном рынке. Так, в 2015 и 2016 годах продажи в результате умеренного внутреннего кризиса упали, в 2017 незначительно выросли. По весьма оптимистичному прогнозу Минэкономразвития, в 2018 году продажи в ритейле могут вырасти на 3%. Вследствие относительно невысокой ценовой конкуренции маржинальность ритейлеров остается на комфортном для них уровне – по крайней мере, для крупных игроков, которые смогли в свое время завоевать долю рынка за счет агрессивных маркетинговых акций и привлекательных скидок. Зарубежные продуктовые ритейлеры при этом ощутимо отстают от местных сетей.

Даже если в 2019 году отрасль продолжит расти, темп роста будет значительно ниже, чем в докризисные годы (например, 6% с 2010 по 2012, 3,9% в 2013). Отдельно стоит отметить повышение ставки НДС с 18% до 20% с 1 января 2019. Реальный располагаемый доход населения, в 2015-2017 опустившийся до уровня 2012 года, начал восстанавливаться, и в новом году, прогнозируют эксперты, продолжит расти, что означает новые возможности для бизнеса. Несмотря на возможное ускорение инфляции в результате повышения НДС и потенциального ослабления рубля, рост доходов от сырьевого экспорта позитивно отразится на размерах зарплат россиян, а увеличение налоговых поступлений в бюджет позволит государству улучшить программы социальной поддержки.

Тем не менее, необходимо отметить, что росту объемов продаж в розничном секторе будет препятствовать целый ряд факторов. Первый из них – почти повсеместный широкий разрыв в доходах россиян. Так, например, размер ВВП на душу населения в Москве и Подмосковье на 87% превышает средний по стране в рублевом выражении. Второй – высокий уровень бедности в удаленных сельских районах: только треть потребителей располагает достаточным доходом (или может взять кредит) для приобретения товаров длительного пользования. Продуктовый ритейл имеет возможность торговать по ценам, доступным для слоев населения со средним и низким доходом, заменяя дорогие импортные продукты на полках на дешевые местные аналоги, но в других категориях розничного сектора бизнес такой гибкостью не обладает. Так, ритейлеры, продающие товары для дома, брендовую одежду, обувь и аксессуары, пострадали в кризис сильнее всего – настолько, что некоторым иностранным компаниям пришлось покинуть российский рынок.



Уровень рисков в секторе по оценке Coface: **средний**

Сильные стороны

- Третий крупнейший рынок розницы в Европе – 144 млн. человек. Ожидается, что в будущем рынок будет только расширяться, так как эксперты прогнозируют рост численности населения страны
- Высокая доля городского населения (74%) вкупе с относительно невысокой конкуренцией в отрасли способствуют быстрому развитию розничного сектора

Слабые стороны

- Обостренная чувствительность сектора к экономическому климату – например, к ценам на нефть, обменному курсу рубля и «импортируемой» инфляции (вызываемой ростом цен на импортные товары)
- Высокая степень зависимости от геополитической обстановки – санкции и контрсанкции могут привести к снижению объемов импорта и финансирования в отрасли
- Медленный рост предприятий в отрасли. Растут в основном предприятия, расположенные в крупных городах

Ключевые игроки (по объему продаж)*

- X5 – крупнейший игрок рынка. На 47,9% принадлежит Альфа-Групп (CTF Holdings)
- Магнит – 2 место. Основные акционеры – ВТБ (17%) и Марафон Групп (12%) Александра Винокурова
- Лента – 3 место. 34% акций принадлежит российскому отделению TPG

*Источник: *Lebensmittel Zeitung*, июнь 2018

Анализ предложения в секторе

Последние 15 лет крупные современные розничные сети стабильно увеличивают свою долю на российском рынке, постепенно вытесняя малый бизнес и открытые рынки, особенно в крупных городах в европейской части страны. В 2016 на розничные сети приходилось 27,7% всего оборота в секторе, и даже больше в категории пищевых продуктов – 33,1%. Распространенность разнообразных ритейл-форматов (супермаркеты, онлайн-магазины и т. д.) позволяет сказать, что 68% российского рынка соответствует современным мировым стандартам розничной индустрии. Устаревшие форматы точек продаж – киоски, уличные рынки, продажа «с рук» – постепенно исчезают, и на сегодняшний день существуют в основном только в небольших городах и сельской местности. **Несмотря на присутствие на рынке международных крупных сетей, лидерство в продуктовом ритейле прочно удерживают местные игроки**, при этом 22% оборота в категории приходится на дискаунтеры (3-я крупнейшая доля в Европе).

Совокупная доля рынка двух крупнейших продуктовых ритейлеров (X5 и Магнит) составляет 26% от общего объема, крупнейших семи (два уже упомянутых плюс Лента, Ашан, Дикси, О'Кей и Metro) – 44%, поэтому **можно заключить, что рыночная концентрация в категории продовольственных товаров находится на умеренном уровне**. В некоторых регионах, в основном к востоку от Урала, национальные лидеры представлены слабо либо не представлены вообще, главным образом вследствие удаленности региональных центров от столичной инфраструктуры крупнейших игроков и связанных с этим логистических трудностей. В связи с этим в некоторых регионах лидерские позиции занимают небольшие в масштабах страны местные сети: Интерторг, Монетка, Командор, Мария-Ра и другие. Местные игроки пользуются преимуществами глубокого понимания потребностей и предпочтений местной аудитории, развитой региональной сети, налаженных партнерских отношений с местными производителями и властями.

В этом году Магнит (представленный в основном мини-маркетами в формате «магазин у дома») и X5 (в основном дискаунтеры) заняли 57-ю и 62-ю строчки мирового рейтинга по объему годового оборота соответственно (источник – исследование Deloitte “Global Power of Retailing 2018”), в 2016 – 10 и 29 места по темпам роста. Другие российские игроки, попавшие в глобальный рейтинг (Дикси и Лента – 202 и 207 места соответственно), также быстро увеличивают свою долю рынка, тогда как зарубежные сети теряют покупателей. Исчезновению с рынка устаревших форматов розничной торговли и ускорению рыночной концентрации во многом способствовал кризис, сопровождавшийся резким падением объемов продаж, особенно в категориях пищевых продуктов и одежды. Уход мелких игроков, не имевших запаса прочности для работы в тяжелых условиях, общее сокращение числа торговых точек и диверсификация форматов розничной торговли **сыграли на руку лидерам рынка, позволив им в условиях ограниченной ценовой конкуренции повысить свою и без того высокую прибыльность**.

Учитывая медленный темп восстановления спроса и стремление Центрального банка уменьшить закредитованность населения, можно ожидать, что в ближайшем будущем описанные выше тенденции вряд ли пойдут на спад. Основная доля покупательской активности приходится на Москву и Санкт-Петербург. **На электронную коммерцию, несмотря на быстрый рост оборота (21,5% с 2015 года, в 2018 ожидается +33%), приходится всего 4% рынка розницы**. Лидируют в онлайн-секторе Ulmart (электроника, товары для дома и сада, детские товары, автоаксессуары), Wildberries (косметика, одежда, обувь), Citilink, М.Видео (электроника) и Exist.

Анализ спроса в секторе

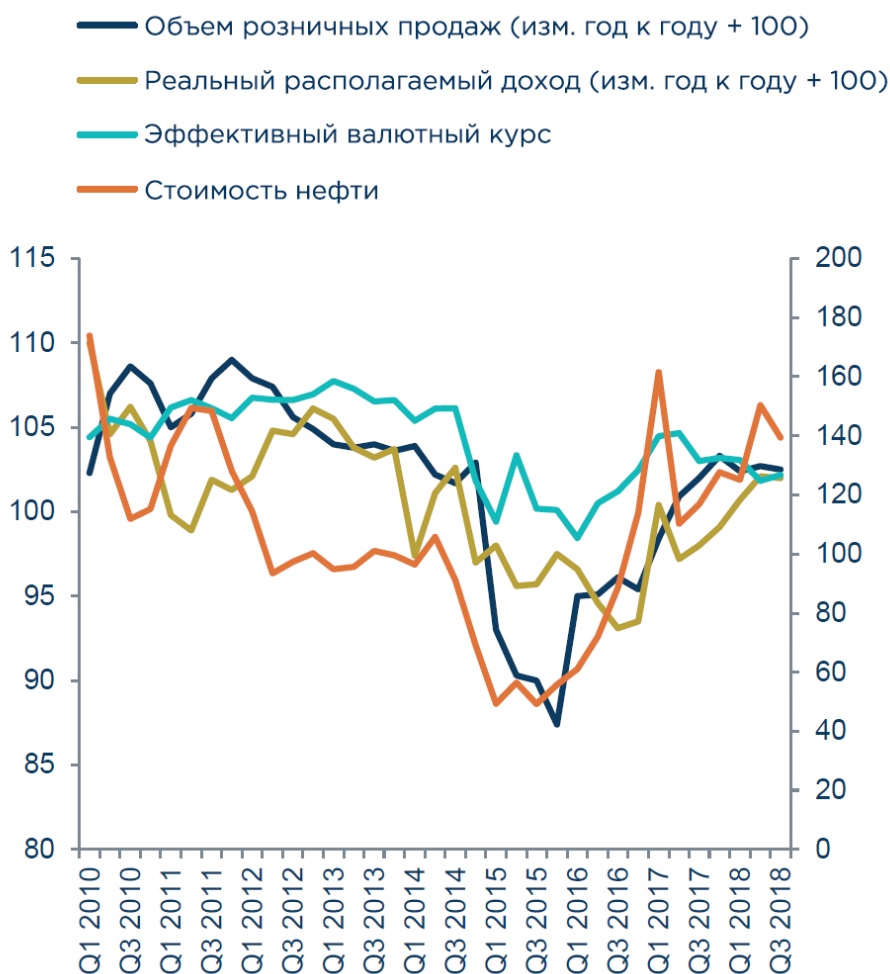
Как и на любом другом развивающемся рынке, продажи в российском розничном секторе сильно зависят от экономического климата в стране. Так, в 2015 и 2016 годах розничные продажи упали на 10% и 4,6% соответственно. Это падение было вызвано уменьшением реальных располагаемых доходов потребителей в результате удешевления нефти и ослабления рубля с последующим резким ростом цен на импортную продукцию, начавшимся еще в 2014. С 2013 по 2016 году реальный располагаемый доход домохозяйств упал на 10%. Несмотря на то, что **доходы населения снизились и в 2017** (на 1,7%), продажи в розничном секторе выросли на 1,2%. Этот первый с 2014 года положительный результат стал результатом стабильных продаж в пищевом ритейле и относительно высокого спроса на непродовольственную продукцию – например, на бытовую электронику и мобильные телефоны.

Росту спроса способствовал сравнительно низкий темп инфляции (2,5% после 7% и 15,5% в предыдущие годы), которого удалось достичь благодаря одновременному действию ряда факторов. В их числе – укрепление рубля, рост спроса на розничное кредитование, активные маркетинговые кампании ритейлеров и повышение потребительской уверенности вкупе со снижением сберегательной активности на 3%. **Согласно данным Минэкономразвития, в 2018 году продажи в розничном секторе могут вырасти почти на 3%. Этот прогноз можно считать оптимистичным, так как доходы потребителей и темп экономической активности растут не настолько быстро**. Ожидается, что реальный располагаемый доход россиян немного вырастет благодаря государственным программам социальной поддержки и списанию налоговой задолженности 42 миллионов человек на общую сумму почти 700 миллионов долларов (45% от общей просроченной задолженности домохозяйств).

Тем не менее, **даже если в 2019 объемы продаж ритейлеров продолжат расти** (например, в результате вступления в силу инициативы о возврате НДС для иностранных туристов), **то не в докризисном темпе**. Цена импортной продукции останется относительно высокой, так как рубль пока далеко не в лучшей форме, и, что важнее, может подешеветь еще сильнее в результате возможных санкций и геополитических пертурбаций. В то же время темп инфляции может ускориться, а снижение уровня ставок по кредитам прекратиться, что также не способствует росту покупательской активности. Кроме того, **объемы реальных располагаемых доходов россиян до сих пор не вернулись к докризисному уровню**.

При этом, однако, несмотря на все отмеченные неблагоприятные факторы, **рынок российского ритейла остается привлекательным для бизнеса благодаря своему размеру** (144 млн. человек – крупнейший в Европе) и высокой доле городского населения (74%), сконцентрированного большей частью в крупных городах с развитой и современной деловой инфраструктурой. Помимо Москвы и Санкт-Петербурга в России есть еще 13 городов с населением более 1 млн. человек, что предлагает международным ритейлерам широкие возможности для выхода на новые региональные рынки.

Российский розничный сектор: зависимость объема продаж от ключевых индикаторов экономического климата



КОНТАКТНОЕ ЛИЦО

Лилия Винокурова – т. +7 (495) 785-57-10, эл. п. lilia.vinokurova@coface.com

Coface: for trade – строим бизнес вместе

За 70 лет на рынке Coface зарекомендовал себя как один из мировых лидеров в сфере кредитного страхования и управления рисками. Цель Coface – быть самым гибким и динамичным партнером в области страхования кредитных рисков. Эксперты компании держат руку на пульсе мировой экономики и помогают успешно и безопасно вести бизнес 50 тысячам клиентов. Продукты и услуги Группы защищают компании от рисков и помогают предпринимателям принимать взвешенные решения как при торговле на внутреннем рынке, так и при осуществлении экспортных операций. В 2017 году в штате Coface насчитывалось 4100 сотрудников, работающих в 100 странах, а годового оборот Группы составил 1,4 миллиарда евро.

www.coface.ru

Акции Coface SA котируются на парижской площадке биржи Euronext в секторе А.

Код ISIN: : FR0010667147 / Тикер: COFA

COFA
LISTED
EURONEXT