



● Посетители магазинов теперь гораздо внимательнее относятся к наполнению «потребительской корзины». ФОТО: ИТАР-ТАСС

# Коричневые макароны как индикатор кризиса

**СПб. Рынок ретейла в 2009 г. еще жгут больше потрясения. Эксперты считают, что по итогам кризиса в России исчезнут 150–200 розничных компаний.**

Первые признаки кризиса в ретейле появились в середине лета 2008-го. «Стало понятно, что надвигается что-то цунамиобразное», — говорит глава X5 Retail Group («Пятерочка»), «Перекресток», «Карусель») Лев Хасис. По его словам, тогда сети разделились на две группы: на тех, кто начал учиться жить под водой, и на других — кто не стал. В итоге первая группа компаний вынырнет, а остальные, как пену, смоеет волной, уверен Хасис, утверждая, что так будет во всех отраслях экономики.

## Поход на рынок

Участники рынка утверждают, что сумма среднего чека сокращается: покупатели стали ходить в магазины чаще и приобретать более дешевые продукты. «Стали пользоваться спросом макароны коричневого цвета, которые раньше не особо покупали», — замечает Хасис. По мнению генерального директора ГК «Виктория» (сети «Квартал», «Дешевое», «Виктория») Елены Калашниковой, у людей меняется менталитет из-за роста цен: потребителям выгодней делать небольшие покупки 2–3 раза в неделю в магазинах у дома, чем съездить в гипермаркет и потратить за раз 3 тыс. руб-

лей. Кроме того, ретейлеры уже начинают терять покупателей из-за того, что те возвращаются на рынки. «В Калининграде уже многие потребители пошли на рынки, такая картина наблюдается и в Москве», — говорит Калашникова, отмечая, что в Петербурге эта тенденция проявляется пока в меньшей степени, так как в городе очень много дискаунтеров и гипермаркетов.

Но в целом потребители становятся все более пессимистичны. «Индекс потребительского доверия в ноябре упал аж на 16%», — заявил руководитель подразделения Nielsen Россия Дмитрий Шириков. Он отмечает, что в ноябре–декабре 2008 г. сократилось потребление шоколада, пива, питьевых йогуртов, тортов и пирожных. Из 500 опрошенных потребителей 5% перестали покупать сигареты, 8% — водку, 7% — питьевую и минеральную воду. Переход на более дешевые марки заметен и в сегменте непродовольственных товаров. К примеру, уже 18% потребителей приобретают более дешевые стиральные порошки.

Президент ГК «Дикси» Илья Якубович отмечает, что сети — основные борцы с инфляцией, так как конкуренция заставляет торговцев сдерживать рост цен.

**Банкротства и дефолты** Эксперты не ждут от этого года хороших новостей. По прогнозу руководителей от-

## Цифры

Количество магазинов на миллион жителей

Площадью более 2,5 тыс. м<sup>2</sup>, шт.



Площадью от 300 м<sup>2</sup> до 2,5 тыс. м<sup>2</sup>, шт.



● В России концентрация ретейла (в сегменте товаров повседневного спроса) очень низкая по сравнению с Европой. Доля трех топ-сетей в России — 15%, в Швейцарии — более 90%, во Франции — более 50%.

дела аналитики агентства InfoLine Михаила Бурмирова, в результате банкротств, смены формата и продажи в 2009 г. закроются до 15% магазинов в регионах и до 5% — в столичных городах: «Первые ласточки этого процесса уже есть — это закрытие «Гроссмарта», «Мосмартиков», а также банкротства «Незабудки», «Алпи».

Генеральный директор компании Core Competences the Retail Evolution Company Олег Бакун тоже пессимистичен: «С российского рынка исчезнут 150–200 розничных компаний». При этом эксперт отмечает, что 80% магазинов в России вообще неликвидны. Причина кроется в слабости концепций и отсутствии долгосрочных стратегий. По мнению Бакуна, сеть «Гроссмарт» развивала хорошие форматы, однако

использовала экстенсивный путь развития, приобретая активы, которые не всегда обладали необходимой ликвидностью и требовали большого объема реинвестиций.

По подсчетам Бурмирова, в 2009 г. рост числа гипермаркетов замедлится: ожидается открытие только 35 магазинов против 76 в 2008 г. и 90 — в 2007 г.

Тем не менее эксперты отмечают, что рынок торговли товарами повседневного спроса в России является одним из самых жизнеспособных видов бизнеса даже в период рецессии. Так, по данным INFOline, в 2009 г. долю рынка увеличат международные сети — Auchan, Metro C&C, Carrefour, а также местные ретейлеры — X5 Retail Group и «Магнит».

Амера Карлос amera.carlos@dp.ru

## Люди будут покупать по списку

### Комментарий



Алексей Бобров

Генеральный директор сети гипермаркетов «Лента»

Мы отмечаем сокращение затрат покупателей на непродовольственные товары, не являющиеся товарами первой необходимости. Их доля в конце 2008 г. — начале 2009 г. сократилась до 15–18% по сравнению с 25–30% в 2007–2008 гг.

Этот процесс отчасти связан со снижением уровня благосостояния людей. Интересно, что соотношение товаров среднего и нижнего ценовых сегментов в обороте в декабре 2008 г. — феврале 2009 г. практически не изменилось.

Это говорит о том, что население пока не бросается в панике скупать тушенку, крупу и соль.

Потребители постепенно заменяют более дорогие товары менее дорогими, мягко оптимизируя состав покупательской корзины. В Петербурге в декабре–январе доля покупателей, совершающих покупки ежедневно, 4–5 раз в неделю, 2–3 раза в неделю и раз в неделю, не изменилась по срав-

нению с первыми 3 кварталами 2008 г.

Средний чек в «Ленте» за последние 3 месяца вырос. Однако рост оказался меньше, чем официальная инфляция. Значит, покупатели сокращают расходы намного быстрее, чем растут цены.

Мы ожидаем, что покупки будут носить плановый характер (по списку), совершаться реже (в среднем раз в неделю), но на прежнюю или даже большую сумму. Так домохозяйство имеет возможность более точно контролировать расходы за месяц.

Мы ожидаем максимального спада экономической активности не ранее чем в 2010–2011 гг. Сейчас процесс падения раскручивается по спирали: крупные промышленные предприятия сокращают производство, увольняют сотрудников. Как следствие, падает спрос и сокращаются затраты населения на продукты и услуги.

Начинают сжиматься обслуживающие отрасли. В этих отраслях занята значительная часть населения страны, которая в 2009–2010 гг. имеет все шансы оказаться без работы. Спад в экономике происходит постепенно, и в 2009 г. мы вряд ли увидим дно.