



Нас не ждали

Вадим Унгуриян, инвестиционный менеджер European Future Group Ukraine:

«Отношение к российским сетям в Киеве нормальное. «Патерсон» не выдержал конкуренции и продает свои магазины. Очень сильные позиции у украинских сетей, таких как «Сильпо», «Велика Кишеня» и «Фуршет». Также на рынок вышел «Ашан» и «О'кей», они сильно давят ценами на украинские магазины, но их пока мало».

Максим Самолюк, вице-президент «Арбат Капитал – Управление Активами»:

«Российских инвесторов отпугивает отсутствие гарантий адекватного и честного отношения со стороны украинской власти к ведению бизнеса в этой стране. Также одним из факторов, влияющих на настороженное отношение российских компаний, является политическая нестабильность, приводящая к повышенным инвестиционным рискам».

Олег Мальский, старший юрист Magisters:

«В придачу к регуляторным, административным, земельным и арендным трудностям ритейлеры сталкиваются на Украине с недостатком хорошо расположенных торговых комплексов. Как правило, таковые находятся в стадии проектирования или строительства. Это замедляет создание сети по стандартам иностранных ритейлеров, которые редко готовы осваивать первые этажи жилых домов, а при получении хороших мест под магазины сталкиваются с «административными и политическими нюансами».

Со своим салом



ДЕНИС КОБЗЕВ

Российская розничная компания «Мосмарт» создает совместное предприятие с инвестиционной компанией EastOne, которую контролирует крупный украинский бизнесмен Виктор Пинчук, зять экс-президента Леонида Кучмы. Новое предприятие, в котором 51% будет принадлежать российскому ритейлеру, получит название «Платформа-1». В России «Мосмарт» развивает гипермаркеты, супермаркеты и магазины у дома – в Москве и регионах. В настоящее время сети принадлежит около 65 точек, их выручка в 2007 году составила \$748 млн. В «Мосмарте» не уточнили, сколько магазинов и в какие сроки планируется открыть на Украине. В распоряжении EastOne находится около 10 участков, которые теоретически могут быть использованы под строительство торговых центров.

По данным украинского офиса «Ренессанс Капитал», ежегодно оборот местного рынка розничной торговли увеличивается на 30%. В прошлом году он достиг \$34,5 млрд, из них около 42% пришлось на продовольственные товары. «Украинский рынок ме-

нее насыщен, чем российский, степень концентрации современных форматов во многих городах ниже, а рост доходов населения сопоставим с российским», – говорит Ирина Яроцкая, аналитик компании «Открытие». «Россияне несколько раз пытались выйти на Украину. Однако практически безуспешно. У нас работает X5 и «Вестер», – говорит аналитик украинского офиса «Ренессанс Капитал» Светлана Дрыгуш. По ее словам, X5 была представлена на Украине по франчайзинговой схеме. Однако вероятно, что партнер компании не смог обеспечить заявленных темпов развития. Теперь ритейлер намерен работать на украинском рынке самостоятельно. Компания «Патэрсон» еще в 2005 году планировала создать в «незалежной» сеть из 30 супермаркетов, но открыла всего три магазина, которые теперь вынуждена закрывать. «В Киеве всего один «Патэрсон», не могу сказать, что он предлагает какой-либо интересный ассортимент», – говорит Светлана Дрыгуш.

На украинском рынке игрок номер один – местная Fozzy Group, которой принадлежит

288 магазинов (супермаркеты «Сильпо», магазины у дома «Фора», гипермаркеты Fozzy, гастрономы «Днепрянка»). За ней следуют сети супермаркетов «Фуршет» (более 90 точек), «Велика Кишеня» (более 40 точек). «Украинский рынок имеет свои особенности. Иностранные игроки отмечают неразвитость логистики на Украине – в частности, нехватку складов. Они испытывают трудности во взаимоотношениях с поставщиками. Как правило, предлагают производителям и дистрибьюторам более жесткие условия, чем местные ритейлеры», – поясняет Светлана Дрыгуш.

«Украинские ритейлеры работают на существенно низшем уровне маржи, чем российские (10 – 15% против 20 – 30%)», – говорит Иван Федяков, генеральный директор INFOLine. Но все это не главные проблемы, мешающие российским бизнесменам работать в соседнем государстве. «Присутствие иностранцев на украинском рынке – политический вопрос, – говорит представитель одной из российских сетей. – Скажем, получить землю под строительство торгового центра иностранцу, а тем более российской сети, практически нереально». По словам руководителя украинского подразделения сети «Вестер» Игоря Цыбенко, компания стремится найти на Украине стратегического партнера. По такому же принципу здесь работает французская «Ашан», которая создала альянс с сетью «Фуршет». «Было бы странно, если бы «Мосмарт», который отстает от конкурентов по темпам развития на своем родном рынке, не воспользовался такой возможностью, как альянс с крупным девелопером, обладающим административным ресурсом и финансовыми возможностями», – считает Иван Федяков.

Ольга Колтунова