

ИНВЕСТОРЫ ДЕЛАЮТ СТАВКИ: ЧТО ПРОИСХОДИТ С УКРАИНСКИМ РИТЕЙЛОМ

INVESTORS ARE PLACING BETS: WHAT HAPPENS TO UKRAINIAN RETAIL



Вадим БАРДАСЬ,
кандидат экономических наук,
інвестаналітик *European Analytical Centre*

Vadym BARDAS',
Ph.D. in Economics, investment analyst
for *European Analytical Centre*

По прогнозам Европейского аналитического центра, курс американского доллара в Украине будет снижаться, что в первую очередь обусловлено 23% ростом отечественного экспорта и относительно стабильными объемами эмиссии национальной денежной единицы. Кроме того, начало года зафиксировало рост и прямых иностранных инвестиций, а также портфельных. С учетом этого доходы населения и емкость внутреннего рынка страны будут расти, привлекая инвесторов к вложению в розничную торговлю, а действующих игроков – к увеличению оборотов.

Ритейл является наиболее популярной сферой для инвестиций в Украину, а также наиболее насыщенной и конкурентной. При потенциальном объеме рынка в 50-55 млрд долл. владельцы капиталов могут еще вложить около 10-15 млрд в течение ближайших 5 лет. И это при наличии

роста на мировых сырьевых рынках и фиксированных политических факторах.

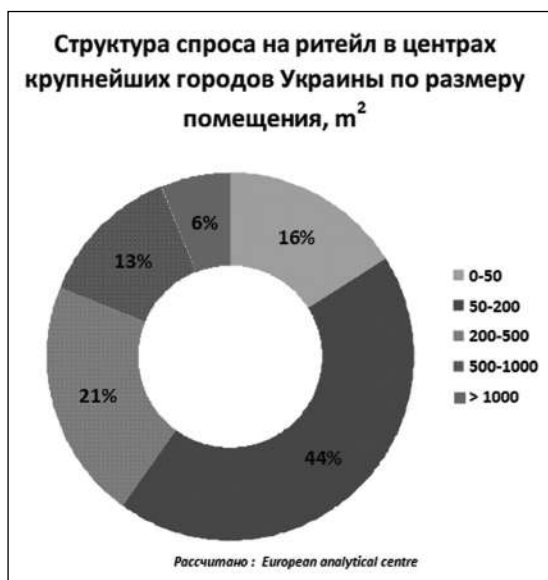
В Украине розничная торговля представлена как сетью специализированных магазинов мировых брендов, так и многочисленными уличными лавками и небольшими торговыми точками, специализирующимися на продаже продуктов питания и других товаров и услуг первой необходимости. Таким образом, в больших городах образуются так называемые торговые коридоры уличного типа.

В жилых районах такой формат используют продуктовые магазины, парикмахерские, офисы банков или мобильных компаний. В туристических и офис-центрах распространены бюро экскурсий, кафе и рестораны, магазины одежды и обуви, салоны красоты и массажа. Что касается продуктового ритейла, то Украина полностью обеспечивает себя продуктами. Тем не менее

уровень удовлетворения потребностей потребителей в данном сегменте и состояние внутреннего рынка еще далеки от уровня развития рынков европейских стран, ориентированных на разнообразие и высокие возможности потребителей.

Для потенциальных инвесторов, многие подотрасли в сфере питания уже имеют сильных игроков, в том числе иностранных, что повышает барьеры для входа на рынок. Вместе с тем существуют подотрасли, в которых наблюдается сильная фрагментированность и отсутствие брендированных продуктов. В первую очередь это относится к сег-





ментам дальнейшей переработки агропродукции в сфере производства хлеба, мяса, фруктов и овощей. Кроме того, при высоком качестве и стандартизации эти продукты можно продавать и на мировом рынке.

Новым направлением продуктового ритейла может стать продажа спортивного питания, диетических и экологически чистых продуктов географической специализации. Это, в частности, уникальные по составу минеральные воды и полезные свойства лесов.

Наиболее выгодны инвестиции в ритейл при расположении точек продаж в районе с большим потоком, например, перекресток главных дорог, экономически насыщенные районы. При этом размер арендуемой площади в Украине колеблется от 50 до 150 м². Инвесторы обычно выбирают направления с быстрой окупаемостью и используют инновационный маркетинг и энергосберегающие технологии.

Так, при внедрении системы маркетинга происходит разработка системы лояльности с последующим внедрением онлайн-сервисов продажи с помощью предварительно сформированной клиентской базой и специальных мобильных приложений. В данном случае информация об акциях и скидках может быть в любой момент донесена до целевой аудитории, которая также классифицируется по когнитивным и физиологическим признакам.

В общем, инвесторы в Украине все чаще делают ставку на открытие продуктовых магазинов возле жилых комплексов. Это связано с дефицитом помещений под супермаркеты, а также относительно невысоким объемом инвестиций: в магазин площадью до 200 м² нужно вложить 1-3 млн грн, тогда как в супермаркет – около \$10 млн.

Развитие потребительского рынка и повышения комфортности жизни меняет привычки, и украинцы, как и жители стран ЕС, все чаще отдают предпочтение магазинам у дома. В 2017 году продажи небольших торговых точек, по данным исследования Европейского аналитического центра, выросли на 12% – до 30 млрд грн. В целом же население потратило на приобретение продуктов питания 245 млрд грн, что на 10% превышает показатели 2016 года.

Кроме того, владельцы капиталов активно инвестируют в развитие e-commerce в Украине. Это не только online-магазины, но и сервисы по доставке продуктов питания и продажа уникальных товаров народных ремесел. В 2017 году капитализация e-commerce в Украине достигла 45 млрд грн. В последующие годы ожидается ее рост в среднем на 7-8%.

Что касается экзогенных факторов, то 2018 год начался со стабилизации макроэкономической ситуации в стране. Это позволяет инвестору с большей точностью прогнозировать основные показатели бизнес-планов, в частности срок окупаемости, размер вложений по годам и доходность проекта, которая в сфере торговли может достигать 50-100% годовых.

Таким образом, ритейл является одним из наиболее перспективных направлений для капиталовложений. Сети по продаже продуктов питания начали восстанавливаться еще в 2016 году. Рост уровня жизни потребителей позволяет им больше тратить, что увеличивает розничный товарооборот и обеспечивает рост отрасли. В Украине этот сегмент не насыщен, поэтому возможностей для развития и дальнейшей консолидации рынка достаточно. Также инвесторов будет интересовать и непродовольственный ритейл, например, магазины по продаже одежды и обуви.