ЮНИТЕР

Продовольственная розница

ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ РОЗНИЦА

В 2016 г. товарооборот продовольственных товаров составил 9,3 млрд долл. США

Объем торговли продовольственной розницы по итогам 2016 года составил 51% всего розничного товарооборота, что составляет более 9,3 млрд долл. США. Темп изменения розничного товарооборота продовольственными товарами в 2016 году составил 87%.

72% торговли приходится на компании частной формы собственности

По данным Белстата продукцию продовольственного назначения реализуют в основной своей части компании частного сектора. Их доля составляет 72% от всего количества организаций, занимающихся РТ. Доля иностранных компаний на рынке составляет почти 20% (+7 п.п. к уровню 2014 года).

В Беларуси действует 15 крупных сетей

На 1 января 2017 года в Беларуси насчитывалось 15 крупных продовольственных сетей с более чем 5000 торговыми объектами различного формата.

Индекс потребительских цен в 2016 году составил 110,6%

Индекс потребительских цен по итогам 2016 года составил 110,6%, стабилизировавшись после 2011 года, когда он достиг 208,7%. Стабилизация данного показателя, одновременно с ростом денежных доходов и привели к росту объема розничного товарооборота продовольственными товарами.

Доля неорганизованной торговли составляет 12,2%

На неорганизованный формат торговли (торговлю на рынках) приходится 12,2% оборота. Основная доля торгового оборота продовольственными товарами приходится на организованный формат торговли (магазины шаговой доступности, одиночные гипермаркеты, киоски, фирменные магазины предприятий, производящих продовольственные товары, а также торговые сети современного формата (60% торгового оборота).

Товарооборот крупнейшей частной компании сектора Евроторг составляет около 1,95 млрд. долл. с НДС

Основными сетями современного формата являются: «Евроопт», «Корона», «АЛМИ», «Рублёвский», «БелМаркет», «ГИППО», «Соседи», «MART INN», «Доброном», «Радзивилловский», «Виталюр», «PROSTORE», «Green», «Веста». В столице и регионах доминирование данных торговых сетей уже становится очевидным.

Усиление конкуренции в секторе

На 2017 год эксперты отрасли не ожидают роста розничного товарооборота продовольственными товарами, ввиду этого конкуренция между основными игроками будет усиливаться. Возможности роста ритейлеров в основном связаны с укрупнением сетей (консолидацией сектора).

ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ РОЗНИЦА

Предложение

Продовольственная розница является частью отрасли розничной торговли и по итогам 2016 года на нее приходилось 51,4% всего розничного товарооборота, что составляет 9,3 млрд долл. США. Темп изменения розничного товарооборота продовольственными товарами в 2016 году составил 87%. Эксперты в отрасли прогнозируют в 2017 году небольшое падение объемов торговли продовольственными товарами (по итогам года объем РТО продовольственными товарами может составить около 9 млрд долл. США).

Розничная торговля Беларуси развивается достаточно активно, что связано не только с этапом формирования отрасли торговли современного общеевропейского уровня, но и по ряду других причин:

• структура отрасли розничной торговли ранее имела высокую долю сегмента неорганизованной торговли (в частности, торговля на рынках);

• отсутствие крупных международных сетевых ритейлеров со своими высокими стандартами и требованиями;

• Активное развитие «молодых» игроков и консолидация отрасли.

Рынок розничной торговли в Беларуси развивается стремительно, на что указывают темпы строительства современной торговой недвижимости, а также динамика роста розничного товарооборота не только в городе Минске, но и остальных регионах. Также происходит значительный рост количества сетей современного формата.

Основными факторами, влияющими на объем предложения продовольственных товаров на рынке являются:

• объем внутреннего производства товаров,

• объем импорта/экспорта основных продовольственных товаров,

• а также степень развития сетей.

Драйвером развития розничной торговли продовольственными товарами в Беларуси являются частные и иностранные компании. Так, за последние годы в Беларусь смогли прийти зарубежные сетевые ритейлеры-операторы продовольственных сетей магазинов, в основном из Российской Федерации. К тому же наибольшую активность проявляют многие национальные частные компании и операторы, на рынке происходит обновление существовавшего ранее предложения торговой недвижимости, открытие новых современных торговых объектов, освоение вновь застроенных жилых микрорайонов в Минске и других крупных городах страны; развитие современной розничной торговли в регионах.

По большинству товарных позиций продовольственных товаров наблюдается рост объемов производства в натуральном выражении на протяжении последних 5 лет.

Структура РТО по типам товаров в объеме РТО торговли через все каналы реализации (в %)

Источник: Белстат

Розничный товарооборот продовольственными товарами, млрд. долл.

Источник: Белстат

Продажи основных видов продовольственных товаров, 2016, тыс. т.

Товар	Кол-во	Изменение
Мясо, в том числе мясо домашней птицы и мясные продукты	708,6	-1,7%
Масло сливочное, тыс. т	24,0	-7,7%
Сыры, тыс. т	39,0	-3,0%
Растительное масло, тыс. т	77,8	+1,0%
Крупа	93,9	-1,6%
Макаронные изделия	59,9	-2,9%
Фруктовые и овощные соки, млн. дал	5,93	-27,8%

Источник: Белстат

ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ РОЗНИЦА

Предложение

В структуре продаж по итогам 2015 года во всех организациях торговли преобладают следующие товарные позиции: мясо и мясные изделия – 20,9% (более чем на 85% данная товарная позиция представлена товарами белорусского производства), молоко и молочная продукция – 10% (на более чем 90% данная товарная позиция представлена товарами белорусского производства), на напитки включая алкогольную продукцию (водку, вино, пиво) суммарно приходится 21,1% продаж, кондитерские изделия из сахара – 5,4% (на более чем 65% данная товарная позиция представлена товарами белорусского производства), фрукты и овощи– 7,6%, хлеб и хлебобулочные изделия – 7,0%.

Доля импортных товаров в общем объеме товарооборота продовольственными товарами по итогам 2015 года находится на уровне 31,9%. Наибольшее значение импортной составляющей характерно для таких групп товаров как фрукты, а также деликатесные продукты. По некоторым позициям, таким как рыба и растительное масло, объем импорта составляет 60-70%. Самая высокая доля импортных товаров продовольственной розницы это фрукты. Доля их импорта составляет 84%.

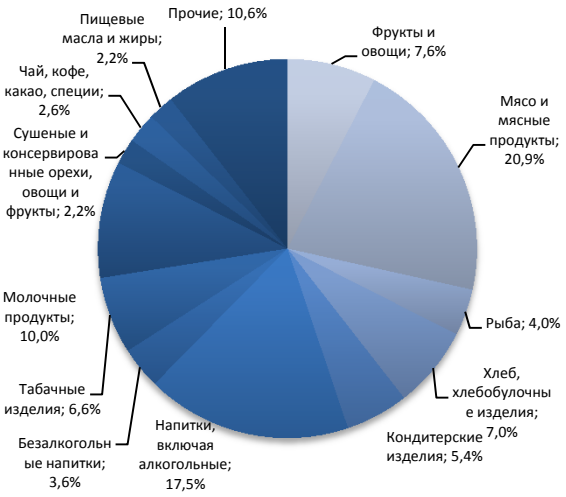
Продукцию продовольственного назначения реализуют в основном компании частного сектора. Их доля в 2016 составляет 72% от всего количества организаций, занимающихся РТ продовольственными товарами. Доля иностранных компаний на рынке составляет около 20%. При этом именно иностранные компании демонстрируют на рынке в 2016 году наибольшие темпы роста.

Тем не менее, за последние 10 лет структура рынка изменилась в значительной степени. За период с 2005 г. по 2015 г. доля неорганизованных типов торговли снизилась с 38,8% в 2005 году до 12,2% в 2015 году. Рынок РТ в основном представлен частными организации, а также ИП (индивидуальными предпринимателями).

Существует определенная закономерность: чем больше населенный пункт, тем меньшую долю занимает неорганизованный тип торговли. В малых населенных пунктах доля неорганизованной торговли до сих пор находится на уровне 30-35%. Развитие современного формата торговли (а именно супермаркетов и гипермаркетов) происходит в Беларуси достаточно быстрыми темпами в последние годы. В Минске (который является наиболее конкурентным рынком) показатель обеспеченности торговыми площадями на душу населения приближается к европейским. Тем не менее в регионах проникновение современных форматов торговли еще не высоко.

На 1 января 2017 года в Беларуси насчитывалось 15 крупных продовольственных сетей с более чем 5317 торговыми объектами различного формата.

Структура продаж продовольственных товаров, 2015



Источник: Белстат

Структура рынка продовольственной розницы по форме собственности, 2016

Источник: Белстат
Примечание: К частным компаниям, кроме всего прочего, также отнесены и ОАО с долей государства

** Сети современного формата используют современные торговые технологии, такие как самообслуживание, мерчендайзинг и т. д., используют единый корпоративный стиль, сети современного формата представлены минимум 5 магазинами, торговой площадью более 1000 кв. м. торговой площади, либо крупными торговыми объектами, число сотрудников сетей современного формата превышает 50 человек.*

ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ РОЗНИЦА

Спрос

Объем спроса на продовольственные товары соответствует объему предложения. В 2016 году он составил 9,3 млрд. долл. По сравнению с 2005 годом объем спроса в денежном выражении возрос почти на 50%. Этот факт можно объяснить увеличением уровня жизни населения.

В натуральном выражении спрос на мясо и мясопродукты за последние 5 лет возрос с 66 до 74 кг в год на душу населения. Спрос на молоко и молочные продукты сократился с 285 до 280 кг. В тоже время спрос на хлеб и хлебобулочные изделия вырос с 80 в 2010 году до 87 кг в 2015 году.

На потребительский спрос на продовольственные товары основное влияние оказывают следующие факторы:

• уровень доходов населения,

• норма сбережения,

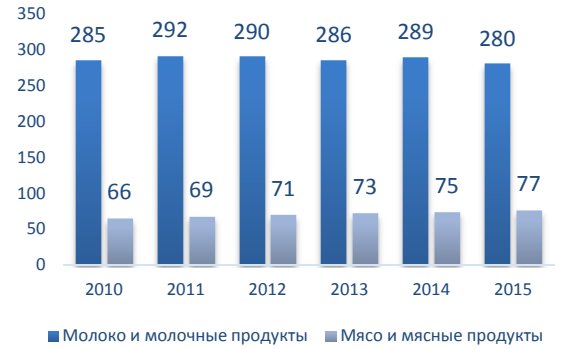
• ожидания потребителей.

Уровень денежных доходов населения в расчете на душу населения в 2016 году снизился на 15,8% и составили 256 долл., что на 48 долл. меньше чем годом ранее. Данный факт является определяющим в объяснении резкого снижения розничного товарооборота продовольственных и непродовольственных товаров. За последние 8 лет доходы населения вели себя по разному: с 2009 по 2014 годы они возрастали с 273 до 451 долл. (CAGR=11%); но уже с 2014 года происходит снижение доходов населения (CAGR=-25%), вызванное негативными макроэкономическими факторами, что прямым образом отразилось на снижении розничного товарооборота Норма сбережения в Республике Беларусь находится на низком уровне (4-6%). Кроме того значительная часть сбережений населения является всего лишь отложенным спросом на дорогие и элитные товары.

Индекс потребительских цен по итогам 2016 года составил 110,6% (декабрь 2016 года к декабрю 2015 года), стабилизировавшись после 2011 года, когда он достиг 208,7%. Стабилизация данного показателя, одновременно с ростом денежных доходов в период с 2011 по 2014) привели к росту объема розничного товарооборота продовольственными товарами; однако, уже с 2015 года снижение покупательской активности и снижению реально располагаемого денежного дохода привели к значительному изменению темпов роста розничного товарооборота.

Так же следует отметить, что фактор потребительских ожиданий в 2015-2016 году не оказывал существенного влияния на спрос. Фактор потребительских ожиданий лишь В то время как он оказывал значительное влияние на спрос в период девальвации 2011 года.

Потребление основных продуктов в год (кг/на душу населения)

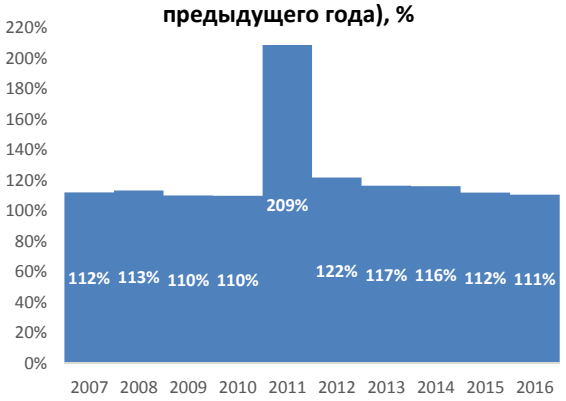


Источник: Белстат

Доходы населения

Источник: Белстат

Индекс потребительских цен (декабрь к декабрю предыдущего года), %



Источник: Белстат

ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ РОЗНИЦА

Основные игроки

В структуре рынка продовольственной розницы по форматам объектов торговли за последние 10 лет произошли значительные изменения. Если в начале 2000-х гг. в отрасли современный формат был представлен всего парой крупных гипермаркетов, то к 2016 году одиночные гипермаркеты превратились в сети гипермаркетов, сформировался формат магазинов у дома, дискаунтеров и супермаркетов. Кроме того, в течение последних 10 лет как в Минске, так и в регионах значительно увеличили свое представительство такие формы объектов торговли, как небольшие и средние сетевые магазины современного типа, работающие по принципу самообслуживания и организованные по всем современным стандартам выкладки и с использованием современного торгового оборудования и инфраструктуры.

Ежегодно в структуре РТО по форматам происходит изменение, которое касается постепенного роста доли современного формата торговли в общем объеме РТО.

Тем не менее, как в регионах, так и в Минске до сих пор достаточно широко распространена торговля на рынках: на ее долю приходится пятая часть всего розничного оборота продовольственными товарами Республики Беларусь. В Минске данный показатель несколько ниже. В городе Минск находится Комаровский рынок, крупнейший в Восточной Европе крытый рынок продовольственных товаров общей площадью 5 га (более 2000 торговых мест).

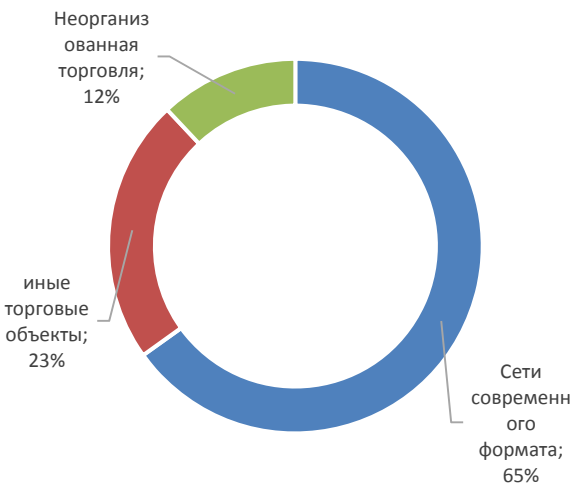
В Беларуси уже работает множество гипермаркетов и даже сформировано несколько десятков торговых сетей. Некоторые из них вполне можно назвать крупными — в них входит по 30—50 магазинов. Рост крупных торговых сетей, объединение оптового и розничного звеньев торговли и сдвиг баланса рыночной силы от производителей в сторону продавцов можно назвать процессами закономерными. Одним из главных стимулов развития этого процесса стала именно приватизация торговых объектов и сетей.

Основными сетями современного формата являются: «Евроопт», «Корона», «АЛМИ», «Рублёвский», «БелМаркет», «ГИППО», «Соседи», «MART INN», «Доброном», «Радзивилловский», «Виталюр», «PROSTORE», «Green», «Веста».

Лидерами отрасли пока остаются два государственных оператора: сеть Белкоопсоюза, насчитывающая свыше 4 тысяч торговых объектов продовольственной розницы абсолютно во всех районах Беларуси; железнодорожные магазины, объединенные в ОАО "ДорОРС". Данные сети имеют невысокий показатель доли в розничном товарообороте продовольственными товарами.

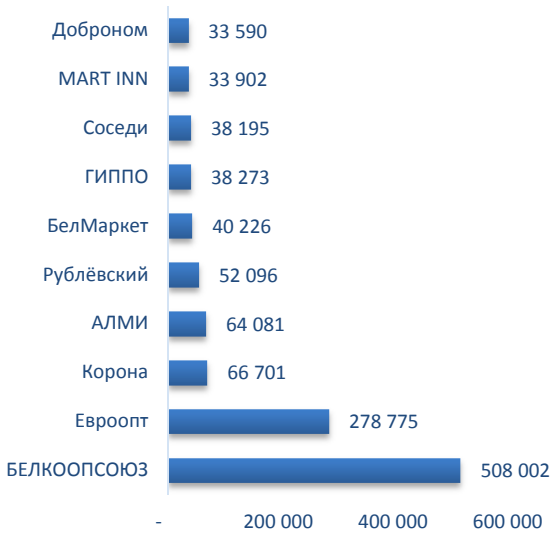
Второй по величине является Евроопт, занимающий первое место среди сетей современного формата. Компания имеет самую развитую сетевую структуру и представлена во всех регионах Беларуси (455 продовольственных торговых объектов на конец 2016 года). За 2016 год сеть расширилась на 25 торговых объектов, расположенных преимущественно в регионах. Начиная с 2014 года компания занимает первое место по товарообороту, обогнав Белкоопсоюз.

Структура РТО по форматам объектов, 2015г.



Источник: Юнитер

ТОП10 розничных сетей (по торговой площади), начало 2017



Источник: Торговый реестр, данные на 01.03.2017 года

ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ РОЗНИЦА

Основные игроки

Крупнейшей розничной сетью продовольственных товаров в Республике Беларусь является Евроопт, которая в 2016 году снова опередила Белкоопсоюз. Товарооборот компании, по оценкам экспертов, составил в 2016 году к 1,95 млрд долл. США с НДС, однако, по некоторым оценкам размер оборота сети несколько сократился (отсутствие прироста за счет торговых объектов; влияние негативных макроэкономических факторов). Из всех частных розничных сетей Евроопт имеет самую развитую географическую сетевую структуру. Компания представлена во всех областях Беларуси (455 магазина в 123 населенных пунктах Беларуси). Рост компании происходит в большой степени за счет регионов, особенно в 2015 году. Так, за 2015 год было открыто 200 торговых объектов (более ¾ в регионах. В 2016 году активность значительно уменьшилась: открыто всего 25 объектов, 16 из них в регионах страны.

Второй по величине розничной сетью в Беларуси (государственной формы собственности) является Белкоопсоюз, с оборотм в 1,1 млрд. долл. США в 2016 году. Оборот Белкоопсоюза на протяжении последних лет выраженный в иностранной валюте снижался, причинами послужили в первую очередь негативные факторы, оказывающие прямое влияние на покупательскую активность, особенно в небольших городах и населенных пунктах (основная часть объектов сети расположена в населенных пунктах численностью менее 10 тыс. человек).

Хотя активность в 2016 году по открытию объектов сети снизилась в несколько раз по сравнению с 2015 годом, тем не менее сеть приросла на более чем 200 объектов (в 2015 году прирост составил более 800 объектов) – данные о регистрации торговых объектов в торговом реестре Беларуси.

Все остальные игроки отрасли значительно проигрывают двум крупнейшим ритейлерам как по числу объектов так и по величине выручки.

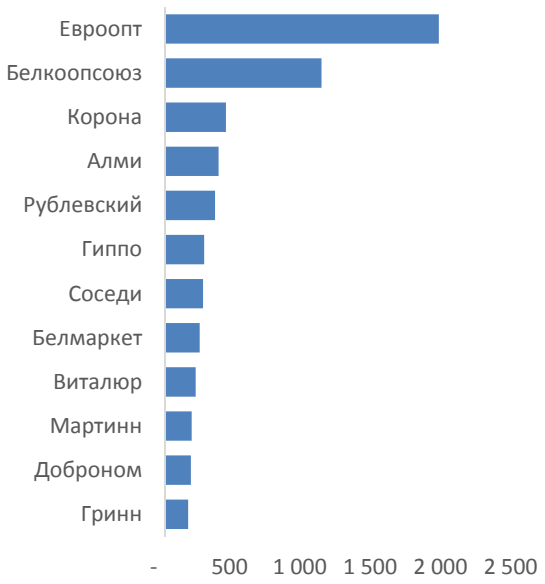
Среди лидеров продовольственного ритейла помимо Евроопта можно выделить сразу 10 крупных частных продовольственных сетей современного формата, с годовым оборотом от 160 до 440 млн долл. К компаниям-лидерам относятся: Корона, Алми, Рублевский, Гиппо, Соседи, Белмаркет, Простор, Виталюр, Мартинн, Доброном и Гринн.

Среди новых игроков на рынке можно выделить компанию Гринн, которая за 2 года смогла попасть в ТОП12 крупнейших ритейлеров.

Три сетевых ритейлера: Белкоопсоюз, Евроопт, Доброном - можно назвать сетями республиканского уровня, так как они присутствуют в значительном количестве регионов (более 30). Все остальные компании сетевой продовольственной розницы представлены в регионах меньше, в основном располагаясь в крупных населенных пунктах с населением более 50 тыс. человек.

На рынке Минска нет явно выраженного доминирующего игрока. Доля крупнейших сетей на рынке розничной торговли продовольственными товарами не превышает 8%, кроме того степень консолидации отрасли еще не достигла критического значения: совокупная доля 15-ти крупнейших сетей не достигает 50%.

Годовой товарооборот, млн. долл. США, 2016 оценка



Источник: Юнитер
Примечание: оценка проводилась на основе фактических данных о размере сети и ее географии объектов с учетом экспертной оценки по среднему размеру товарооборота.

Характеристика региональной экспансии современными сетями, начало 2017 года

Наименование	Минск	Количество населенных пунктов
Белкокопсоюз	+	2 790
Евроопт	+	122
Доброном	+	31
Белмаркет	+	18
Мартинн	+	18
Соседи	+	14
Рублевский	+	11
Корона	+	9
Виталюр	+	6
Гиппо	+	3
Простор	+	0

Источник: Юнитер
Уровень представленности выражается наличием хотя бы одного торгового объекта в населенном пункте страны.

ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ РОЗНИЦА

Основные игроки

«ЕВРОТОРГ» («ЕВРООПТ»)

Компания Евроторг работает на рынке Республики Беларусь с 1996 года. Владельцами сети являются Сергей Литвин и Владимир Василько. В настоящее время к сети можно применить определение «национальный оператор». Компания является крупнейшим частным продовольственным ритейлером страны. В 2016 году сеть «Евроопт» насчитывала 455 торговых объектов (торговой площадью около 280 тыс кв. м.) во всех регионах Беларуси. Прирост за 2016 год составил 25 торговых объектов. Кроме того, сегодня сеть является мультиформатной и представлена такими форматами как гипермаркет (7), супермаркет (37) и магазин у дома (411).

«БЕЛМАРКЕТКОМПАНИ» («БЕЛМАРКЕТ»)

Владельцем Белмаркеткомпани является дочерняя компания «Альфа-Групп» A1 Group, а также в проекте принимает участие Международная финансовая корпорация. На сегодняшний день компания владеет 71 торговым объектом. Сеть представлена во всех областях Беларуси. В 2016 году открылось 2 новых объекта. Ритейлер развивает формат магазинов у дома и представлен в крупных городах Беларуси (включая Минск и областные центры).

«АЛМИ» («АЛМИ», «ЗАКРАМА»)

Владельцем данного бренда является один из крупнейших российских ритейлеров ГК «Виктория» (Александр Забарико - совладелец компании). В 2006 году он приобрел два магазина «Закрама». Сегодня сеть имеет 50 магазинов и широко представлена в регионах Республики Беларусь. Прирост за 2016 год составил 4 торговых объектов. Компания развивает несколько форматов (по этой причине является мультиформатной): гипермаркеты (3), супермаркеты (9) и магазины у дома (38).

«ТАБАК-ИНВЕСТ» («КОРОНА»)

Владельцем сети является Павел Топузидис. В 2006 году открылся первый гипермаркет «Корона». Сегодня сеть представлена 28 торговыми объектами. В 2016 году открылось сразу 12 новых объектов (в основном формата магазин у дома – 10 объектов). Если с начала своего развития ритейлер развивал крупные форматы – гипермаркет (а являясь крупным девелопером, осуществлял строительство торгово-развлекательных комплексов и торговых центров), то начиная с 2015 года ритейлер включал в свою сеть магазины меньшего формата – супермаркеты (6) и магазины у дома (12).

«БЕЛВИЛЛЕСДЕН» («ГИППО»)

В начале своей деятельности компания заявляла о том, что готова открыть 16 гипермаркетов. На сегодняшний день функционирует лишь 6. С самого начала ритейлер развивал сеть гипермаркетов в Минске и областных центрах, однако, быстрой экспансии не было осуществлено. Следующим этапов стало развитие дополнительных форматов: магазин у дома и супермаркеты. В 2016 году ни одного объекта не было введено, однако, в 2015 году были открыты сразу 2 гипермаркета. Сегодня ритейлер развивает мультиформатную сеть, состоящую из гипермаркетов (6), супермаркеты (1) и магазины у дома (4).

Евроопт — 1997 год – открытие первого дискаунтера в Минске

Количество объектов	Активность	Торговая площадь, тыс. кв.м.	Годовой РТО, млн. долл. США с НДС
455	25	278	1 950

БелМаркет (Когда покупки в радость) — 2007 год – основание сети Белмаркет и открытие первого магазина в Бобруйске

Количество объектов	Активность	Торговая площадь, тыс. кв.м.	Годовой РТО, млн. долл. США с НДС
71	2	40	249

АЛМИ — *2007 год – основание сети АЛМИ*

Количество объектов	Активность	Торговая площадь, кв.м.	Годовой РТО, млн. долл. США с НДС
50	4	64	384

Корона — *2006 год – открытие торгового центра в Минске*

Количество объектов	Активность	Торговая площадь, тыс. кв.м.	Годовой РТО, млн. долл. США с НДС
28	12	66,7	436

ГИППО розничная сеть — *2005 год – открытие первого гипермаркета в Минске*

Количество объектов	Активность	Торговая площадь, тыс. кв.м.	Годовой РТО, млн. долл. США с НДС
11	0	38,3	280

**Активность - рост количества объектов сети (начало 2017 года к началу 2016)*

ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ РОЗНИЦА

Основные игроки

RTL HOLDINGS («РУБЛЕВСКИЙ»)

Один из крупнейших ритейлеров по количеству объектов, региональную экспансию начал осуществлять с 2009 года. Основу группы Retail Trading Logistics составляет самое крупное в Беларуси объединение компаний по импорту товаров повседневного спроса, оптовой и логистической деятельности. В нее входят «Мостра-групп», «Арлон», «Тибетрэй», «Биттер-групп». В 2008 году к проекту «Рублевский» присоединилась Международная финансовая корпорация. В 2016 году сеть прирост 4 объектами. Основной формат развития – магазины у дома (около 90% всего числа объектов).

«ПРОСТОРМАРКЕТ» (PROSTORE)

Владельцем «Простормаркет» является компания «Трайпл» Юрия Чижа. В 2011 году из состава акционеров вышла российская компания «7 континент». Компания владеет 4 гипермаркетами, общей площадью 34 тыс. м. кв. Начиная с 2014 года сеть прекратила свой рост. В 2015 году из-за возникновения финансовых затруднений, некоторые объекты в качестве залога были переданы в банковские учреждения. Основной формат развития ритейлера – гипермаркеты и «большие» супермаркеты.

«ЛИБРЕТИК» («СОСЕДИ»)

Сеть «Соседи» принадлежит группе белорусских и литовских инвесторов. Сейчас в сети под брендом «Соседи» 55 магазина, работающих в Минске и других крупных городах Беларуси. В 2016 году значительного роста сети не произошло (всего +1 объект), напротив в 2015 году сеть прирост на 26 объектов (как за счет покупки ритейлера, так и открытие своих магазинов).

«ВИТАЛЮР» («ВИТАЛЮР»)

Компаний начала развивать сеть достаточно давно - в 1995 году, как оптовый поставщик рыбных продуктов со своей небольшой сетью магазинов (в основном небольших, до 100 кв. м.). С середины 2000-х гг. ритейлер перешел к созданию собственной розничной сети, и только после 2010 года начал развивать конкурентные форматы на рынке Минска (сначала регионы не рассматривались): супермаркеты и магазины у дома. В 2016 году было открыто 3 торговых объекта, тогда как наибольший рост сети был зафиксирован в 2015 году (+15 объектов). Хотя сеть включает супермаркеты (5), основной формат остается магазины у дома.

2003 год – основание сети «Рублевский»

Количество объектов	Активность	Торговая площадь, тыс.кв.м.	Годовой РТО, млн. долл. США с НДС
71	4	52	358

2006 год – открытие первого гипермаркета в Минске

Количество объектов	Активность	Торговая площадь, кв.м.	Годовой РТО, млн. долл. США с НДС
5	0	26,3	111

2001 год – основание сети «Соседи»

Количество объектов	Активность	Торговая площадь, кв.м.	Годовой РТО, млн. долл. США с НДС
55	1	38	273

1995 год – основание компании и начало работы на оптовом и розничном рныке

Количество объектов	Активность	Торговая площадь, тыс. кв.м.	Годовой РТО, млн. долл. США с НДС
41	3	27	220

ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ РОЗНИЦА

Корпоративный сектор розничной торговли

Корпоративный сектор розничной торговли Республики Беларусь в 2015 году включал 181 организаций ОАО, основной вид деятельности которых сосредоточен на продовольственной и непродовольственной торговле (оптовой или розничной). При этом на оборот этих компаний приходится 7,2% от всего розничного товарооборота. В 2013 году этот показатель был на уровне 10% - снижение произошло в основном за счет влияния негативных факторов (покупательская активность), а также отсутствия должной динамики развития компаний корпоративного сектора (так, в ОАО представлены в основном государственной формы собственности компании, которые сильно уступают возможностям и активности частных сетей).

В этих организациях числится 36 468 сотрудников, что составляет 13,7% от всей численности занятых в секторе розничной и оптовой торговли и 4,1% от численности корпоративного сектора Беларуси.

Суммарная выручка за 2015 года организаций розничной торговли составила 1,53 млрд. долл. США (на 7% больше по сравнению с 2013 годом), что составляет 3,7% от всей выручки организаций корпоративного сектора. При этом на Топ-10 крупнейших организаций розничной торговли приходилось 40% от всей выручки корпоративных организаций данного сегмента.

Крупнейшей компанией корпоративного сектора розничной торговли является ДорОрс. Ее совокупная выручка по всем видам деятельности за 2015 год составила почти 115 млн долл. США (по отношению к 2013 году объем выручки снизился на 20,2%).

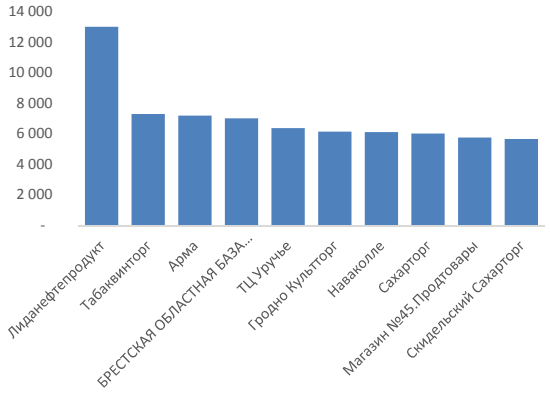
Средняя производительность труда в месяц у компаний сектора составляет 3 496 долл. США (по отношению к 2013 году показатель снизился на 22,6%) по итогам 2015 года и незначительно превышает уровень среднего показателя по всему корпоративному сектору. При этом самый высокий показатель (37 630 долл. США в месяц) производительности имеет Лиданефтепродукт, занимающаяся торговлей нефтепродуктами.

Средняя рентабельность реализованной продукции у компаний корпоративного сектора розничной торговли составляет -0,3%, в то время как аналогичный показатель годом ранее составлял 4%.

При этом показатель рентабельности по чистой прибыли у компаний розничной торговли составляет -3,8% (в 2013 году этот показатель был близким к 2%).

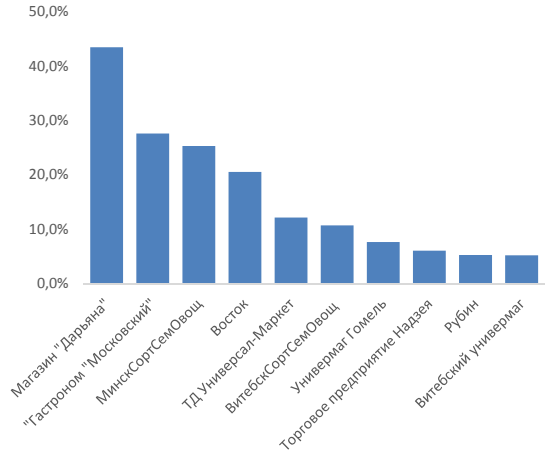
Из топ-10 организаций розничной торговли самый высокий показатель рентабельности реализованной продукции имеет Магазин Дарьяна со значением 43,5% (причиной такого высокого показателя может быть как технические ошибки внесенных данных в Минфин, так и реализация продукции с высокой наценкой, например, магазин по продаже алкогольных и табачных изделий).

Производительность труда (выручка/численность персонала), долл. США в месяц, 2015 г.



Источник: Минфин
Примечание: в ТОП10 обозначены организации, основной вид деятельности которых в 2015 году был представлен в основном розничной торговлей

Рентабельность реализованной продукции, 2015



Источник: Минфин

ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ РОЗНИЦА

Статистическое приложение

Производство основных видов продовольственных товаров, кг на душу населения

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Мясо и пищевые субпродукты	78,5	87,7	95,8	105,5	100	106,5
Колбасные изделия	33,4	30,6	31,3	30,8	30,5	27,9
Масло из коровьего молока	10,4	11	11,9	10,5	11,3	12
Сыры	15,4	15	15,6	14,2	17,8	19,1
Цельномолочная продукция (в пересчете на молоко)	157,5	173,4	187,9	196,2	204,3	211,5
Сахар-песок	86	104	91,2	90,1	78,5	68,9
Хлеб и хлебобулочные изделия	61	61,1	59,6	53,7	52,2	50,8
Маргариновая продукция	2,1	2,4	1,8	1,5	2,4	2,1
Мука	67,8	77,8	81,6	78	66,4	64,1
Кондитерские изделия	7,7	7,6	7,3	6,6	6,5	6,5
Макаронные изделия	2,7	4	4,2	4,4		4,1

Источник: Белстат

Удельный вес продажи отдельных пищевых продуктов, напитков, табачных изделий отечественного производства и иностранного происхождения торговыми организациями (в процентах к объему их розничного товарооборота)

	2012 г.		2013 г.		2015 г.	
	в том числе		в том числе		в том числе	
	отечественного производства	иностранного происхождения	отечественного производства	иностранного происхождения	отечественного производства	иностранного происхождения
Мясо, в том числе мясо домашней птицы и мясные продукты	99,7	0,3	99,6	0,4	99,2	0,8
Масло сливочное	99,8	0,2	99,6	0,4		
Сыры	97,7	2,3	95,3	4,7	87,7	12,3
Масла растительные	30,9	69,1	28,4	71,6	27,6	72,4
Сахар	99,7	0,3	99,8	0,2	98,4	1,6
Рыба, ракообразные и моллюски	51,0	49,0	48,4	51,6	55,7	44,3
Крупа	48,8	51,2	51,4	48,6	56,6	43,4
Макаронные изделия	71,7	28,3	73,5	25,5	60,7	39,3
Яйца	100	–	100	0	100	0
Безалкогольные напитки	93,3	6,7	90,9	9,1	83,4	16,6
Кондитерские изделия из сахара	76,1	23,9	71,9	28,1	71,8	28,2
Фруктовые и овощные соки	78,1	21,9	74,5	25,5		
Фрукты	10,3	89,7	14	86	19,5	80,5
Овощи	86,8	13,2	82,9	17,1	67,8	32,2
Табачные изделия	96,0	4,0	95,9	4,1	91,2	8,8

Источник: Белстат

ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ РОЗНИЦА

Статистическое приложение

Покупательная способность среднедушевых располагаемых денежных доходов населения, Количество продуктов питания (каждого отдельно), которое можно было приобрести на величину среднедушевого располагаемого денежного дохода, килограммов в месяц

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Свинина	27	33,5	37,2	45,8	44,9	45,6	53,8	64,3	70,6
Мясо птицы	31,6	40,5	40,8	46,1	50,1	58,3	67,2	79,6	84,4
Рыба свежая	26,2	34,5	38,3	43,1	50,9	66,7	81,3	85,1	98,2
Молоко, л	295,2	311,6	285,4	308,8	320,1	381,2	445,2	503	505,6
Масло животное	25,4	36	31	31,2	32,7	40,8	46,9	55,8	54,6
Творог	66,3	72,5	63,6	68,2	67,3	80	88,7	82,5	80,7
Сыры твердые	21,4	25,2	24,6	25,9	28,5	33,8	40,3	48	47,4
Яйца, шт.	876	1063	1079	1186	1306	1497	1798	2154	2438
Сахар-песок	107,4	133,7	159,8	135,7	167,3	211,1	216,8	264,2	322,4
Масло растительное	45,1	67,4	58,6	57,4	70,7	89	110,8	125,6	102,7
Хлеб пшеничный	150,2	189,5	237,2	256,2	230,4	260,2	297,4	351,5	383,6
Рис	86,7	148,4	158,3	156	156,9	164,2	186,4	229,9	182,2
Макаронные изделия	104,5	139,6	163	172,4	145,5	165,2	192,1	227,6	234,1
Картофель	351,8	500,3	306,1	334,9	676,4	625,2	504,8	664,3	755,3
Капуста свежая	335	305,1	215,7	243,4	574,5	356,4	483,2	461,6	458,2
Морковь	226,9	234,1	189,2	218,7	458	353,8	388,3	475,6	410,7
Лук репчатый	175,1	207	160,4	170,1	200,5	346,2	335,7	329,8	409,8
Яблоки	104,5	123	159,6	107,5	132,5	150,9	165,4	164,8	147,3

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Свинина	71,6	81,4	67,6	65,1	92,9	70,7	77,4
Мясо птицы	87	100,6	83,2	89,9	102,3	111,7	107,7
Рыба свежая	107,1	126,5	89,5	107,8	150	152	122,7
Молоко, л	499,1	562,7	614,8	500,7	563,5	486,4	488,5
Масло животное	55,7	56,1	49,2	51,2	56,2	48	49,1
Творог	92,1	91,1	99,7	102,5	121,3	102,8	102,7
Сыры твердые	48,8	53,9	48,7	47,3	53,6	45,6	44,9
Яйца, шт.	2445	2726	2 465	2 674	2994	2972	2806
Сахар-песок	337,2	323,7	272,1	341,8	441,8	442,8	375,3
Масло растительное	151,7	176,7	102,5	147,3	203,4	247,6	196
Хлеб пшеничный	386,7	438,7	488,6	494,1	431	373,7	348,7
Рис	154,5	199,7	154	224,5	309,5	323,3	242,6
Макаронные изделия	226,6	296,8	273,9	395,3	441,7	387,1	364,9
Картофель	747,9	654,1	633,4	1 340,2	1039,6	836,6	866,4
Капуста свежая	699,3	523,9	564	891,9	832,8	798,1	672,9
Морковь	597,2	553,2	487,9	793,7			
Лук репчатый	558,3	408,8	405,7	702	660,5	616,8	584
Яблоки	238,7	288,8	165,3	275,9	389,5	452,2	361,3

Источник: Белстат

ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ РОЗНИЦА

Статистическое приложение

Основные социально-экономические показатели уровня жизни населения

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Денежные доходы в расчете на душу населения, долл. в месяц	306	273	318	260	337	431	452	304
Реальные денежные доходы населения, в процентах к предыдущему году	111,8	102,7	115,1	99,7	121,4	115,4		
Реальные располагаемые денежные доходы населения, в процентах к предыдущему году	111,8	103,7	114,8	98,9	121,0	116,3	100,9	94,1
Номинальная начисленная среднемесячная заработная плата одного работника, долл. в месяц	404	350	407	339	447	564	590	413
Реальная заработная плата, в процентах к предыдущему году	109	100,1	115	101,9	121,9	116,4	101,3	97,7
Средний размер назначенных пенсий (на конец года), долл. в месяц	181	153	195	168	225	246	236	167
Реальный размер назначенных пенсий, в процентах к предыдущему году	104,7	100,2	123,9	77,1	164,6	100,5	101,5	98,8

Источник: Белстат

Основные показатели деятельности крупнейших сетей (продовольственная розница), 2016

Сеть	Количество торговых объектов	Торговая площадь, тыс. кв.м.	Годовой оборот (оценка), млн. долл. США
Евроопт	455	279	1 950
Белкоопсоюз	4454	508	1 116
Корона	28	67	436
Алми	50	64	384
Рублевский	71	52	358
Гиппо	11	38	280
Соседи	62	38	273
Белмаркет	71	40	249
Виталюр	41	27	220
Март ИНН	33	34	192
Доброном	82	34	187
Гринн	6	24	167
Радзивиловский	27	28	157
Веста	56	23	134
Простор	5	26	111
Бигз	4	12	97
Дионис	15	15	82
Домашний	28	11	65
Дорорс	93	12	48

Источник: ЮНИТЕР

Развитие торговой инфраструктуры в Республике Беларусь

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Число объектов розничной (торговой) сети (на конец года), тыс.	36,1	41	43,4	45,7	47,1	47,8	49,2	53,6	54,1
Торговая площадь магазинов, тыс. кв.м	3 070	3 307	3 496	3 705	3 941	4165	4504	5005	5236
Число рынков, единиц	416	396	397	401	396	392	389	385	387
в них торговых мест, тыс.	63,5	111,4	110,6	109,8	105,6	105,3	103,4	95,8	93,9
В расчете на 10 000 человек населения (на конец года):									
магазинов и палаток, единиц	37	43	45	48	49	51	52	57	57
торговая площадь магазинов, кв.м	3168	3466	3680	3908	4163	4400	4757	5279	5513

Источник: Белстат

ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ РОЗНИЦА

Статистическое приложение

Ключевые финансовые показатели деятельности Топ-10 ОАО сегмента розничной торговли, 2015 г.

Наименование	Выручка от реализации, млн. долл.	Себестоимость млн. долл.	Прибыль (убыток) за отчетный период, млн.долл.	прибыль (убыток) от реализации продукции(работ, услуг), млн.долл.	прибыль (убыток) от операционных доходов и расходов, млн.долл.	прибыль (убыток) от внереализационных доходов и расходов, млн.долл.	Налоги и сборы, платежи и расходы, производимые из прибыли, млн.долл.	Чистая прибыль, млн.руб.	Среднесписочная численность работающих
ОАО "ДОРОРС"	115,2	110,0	4,0	5,1	- 0,2	- 0,9	0,3	3,7	2688
ВЕСТА ОАО	94,2	91,3	6,3	2,8	0,8	2,7	1,1	5,2	2095
БРЕСТСКАЯ ОБЛАСТНАЯ БАЗА БАКАЛЕЯ ОАО	68,4	66,6	1,6	1,8	- 0,5	0,2	0,4	1,2	813
Табаквинторг ОАО	58,7	57,8	0,8	0,8	- 0,2	0,1	0,2	0,6	670
ЦУМ Минск ОАО	54,6	53,7	0,7	0,9	- 1,1	0,8	0,4	0,3	1128
Заднепровье ОАО	52,4	53,5	1,0	- 1,1	0,5	1,5	- 0,0	1,0	1107
Продтовары ОАО	47,1	45,5	0,4	1,6	- 0,3	- 0,9	0,1	0,3	973
Лиданефтепродукт ОАО	45,4	44,7	0,3	0,7	0,0	- 0,4	0,0	0,3	291
Витебские продукты ОАО	39,1	38,4	0,2	0,7	0,1	- 0,6	0,0	0,1	1401
Базис-Новополоцк ОАО	34,8	34,5	0,0	0,3	- 0,1	- 0,1	0,0	0,0	1333

Источник: Минфин

Инвестиционная компания ЮНИТЕР – финансовый и инвестиционный консультант в Беларуси с 14-летним опытом работы с национальными и иностранными инвесторами в более чем 40 отраслях страны.

Деятельность компании сфокусирована на инвестиционном банкинге; поддержке иностранных инвесторов и привлечении финансирования для национальных компаний; проведении маркетинговых и аналитических исследований; управлении проектами и активами.

ЮНИТЕР™

220114, Минск, просп. Независимости 117А, 12 этаж (БЦ Александров Пассаж),
тел. +375 17 385 24 65, факс +375 17 385 24 64, uniter@uniter.by, www.uniter.by

Дисклеймер

Информация, содержащаяся в настоящем документе, носит общий характер и подготовлена без учета конкретных обстоятельств того или иного лица или организации. Несмотря на то, что мы неизменно стремимся представлять своевременную и точную информацию, мы не можем гарантировать того, что данная информация окажется столь же точной на момент получения или будет оставаться столь же точной в будущем. Предпринимать какие-либо действия, используя такую информацию, можно только после консультаций с соответствующими специалистами, основанных на тщательном анализе конкретной ситуации.

©2017 ЗАО «Инвестиционная компания «ЮНИТЕР», компания, зарегистрированная в соответствии с законодательством Республики Беларусь. Все права защищены.

ЮНИТЕР и логотип ЮНИТЕР являются зарегистрированными товарными знаками, зарегистрированными в соответствии с законодательством Республики Беларусь.

УВАЖАЕМЫЕ ЧИТАТЕЛИ, КЛИЕНТЫ, ПАРТНЕРЫ!

Мы стремимся к развитию и стараемся совершенствоваться в своем деле. Для того что бы соответствовать высоким стандартам предоставляемых услуг, мы бы хотели предложить вам оценить и прокомментировать нашу работу.

Заполнить анкету вы можете по этой ссылке ниже:

http://goo.gl/forms/JORXmkou6oWL5lpB2

Пожалуйста, заполните анкету, содержание которой приложено ниже. Это не займет более 5 минут вашего времени.

Как Вы оцениваете качество аналитических продуктов нашей компании?

_____

В том числе:

А) полнота материалов : _____

Б) простота восприятия информации: _____

В) степень использования : _____

Какие рынке, сектора, отрасли интересуют Вас в первую очередь?

_____

3. Каких секторов, рынков, отраслей Вам не хватает

Оставьте свой комментарий

_____

_____

_____

_____

Оставьте свой отзыв

_____

_____

_____

_____

Мы благодарны Вам за любой отзыв и комментарий и будем стараться полностью соответствовать вашим пожеланиям.