ЮНИТЕР

Непродовольственная розница

НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ РОЗНИЦА

Товарооборот непродовольственных товаров составляет 15,2 млрд долл. США

Объем торговли непродовольственной розницы по итогам 2013 года составил 50,6 от всего розничного товарооборота или около 15,2 млрд долл. США. CAGR за последние 10 лет – 13%. По итогам 2013 года розничный товарооборот непродовольственными товарами всеми торговыми организациями вырос всего на 6%.

78% торговли приходится на компании частной формы собственности

Продукцию непродовольственного назначения реализуют в основном компании частного сектора. Их доля в 2014 году составила 78% от всего количества организаций, занимающихся розничной торговлей. Доля иностранных компаний на рынке составляет всего 13%.

В Беларуси действует более 50 крупных сетей, объединяющих 1890 магазинов

На 01.01.2015 года в Беларуси насчитывалось более 50 крупных непродовольственных сетей, основная часть которых расположена в Минске. Всего данные сети объединяют более 1890 торговых объектов различного формата (торговая площадь всего сетевого ритейла составляет чуть более 300 тыс. кв. м).

Доля неорганизованной торговли составляет 18,5%

На неорганизованный формат торговли (торговлю на рынках) приходится 18,5% оборота. Основная доля торгового оборота непродовольственными товарами обеспечена организованной торговлей: магазины, гипермаркеты, фирменные магазины предприятий производящих не продовольственные товары, а также торговые сети современного формата. Доля неорганизованной торговли за последние 10 лет очень сократилась. Эксперты предполагают дальнейшее снижение данного показателя до 17%.

5 крупнейшие непродовольственные сети сегмента имеют выручку более 100 млн долл. США (каждая)

Основными сетями современного формата являются: Связной, Евросеть, Лайф, Велком, МТС, Алло, На Связи, **Ома,** Палас, Сделай сам, Новоселкин, **5 Элемент, Электросила**, Техника успеха, Сильверадо, Мегатоп, Аксис, Марко, Белвест, Милавица, Серж, Буслик, Оранжевый верблюд, Свитанак, Элема, **Пинскдрев** , **Лагуна** , Мила, Кравт и другие.

Индекс потребительских цен в 2014 г. составил 118,1%

Индекс потребительских цен по итогам 2014 года оставил 114,1%, стабилизировавшись после 2011 года (208,7%). По основным группам непродовольственных товаров он варьируется на уровне 110%

Рост присутствия на белорусском рынке иностранных брендовых сетей

Прогноз роста ритейла базируется на замедлении роста на 2015-2016 гг. Важным драйверов роста непродовольственного ритейла по мнению экспертов на ближайшие три года стать рост присутствия на белорусском рынке иностранных брендовых сетей.

НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ РОЗНИЦА

Предложение

Розничная торговля представлена двумя сегментами: продовольственной и непродовольственной розницей. По итогам 2014 года на непродовольственную розницу приходилось 50.6% всего розничного товарооборота, что составляет около 15,2 млрд долл. США. CAGR за последние 10 лет составил 13%. Объем розничного товарооборота непродовольственными товарами в 2014 году вырос на 6% в сравнении с 2013 годом. Показатель объема товарооборота непродовольственными товарами в 2014 году рос быстрее, чем товарооборот продовольственными товарами.

Розничная торговля Беларуси развивается достаточно активно, что связано не только с формированием торговли современного общеевропейского уровня в стране, но и по ряду других причин:

- положительная динамика объема розничного товарооборота;
- значительную долю в структуре розничной торговли занимает неорганизованная торговля (в частности торговля на рынках);
- отсутствие крупных международных сетевых ритейлеров со своими высокими стандартами и требованиями.

На стремительное развитие рынка розничной торговли в Беларуси указывают темпы строительства современной торговой недвижимости (шопинг молы и магазины современных фирменных сетей). Кроме того, положительная динамика розничного товарооборота обеспечена не только торговыми сетями в Минске, но и в регионах.

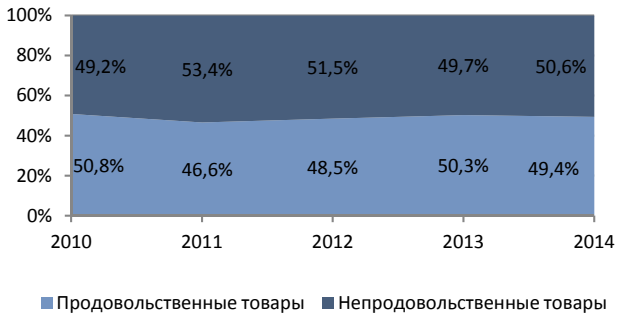
Основными факторами, влияющими на объем предложения непродовольственных товаров на рынке, являются:

- объем импорта/экспорта,
- объем внутреннего производства товаров,
- а также степень развития непродовольственных сетей и их проникновение в регионы.

Драйвером развития розничной торговли непродовольственными товарами в Беларуси являются частные и иностранные компании. Так, за последние несколько лет в Беларусь в целый ряд секторов, таких как бытовая техника и электроника или сектор строительных материалов, смогли прийти зарубежные компании сетевого формата, в основном из России и Литвы. К тому же, активность проявляют многие белорусские 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.

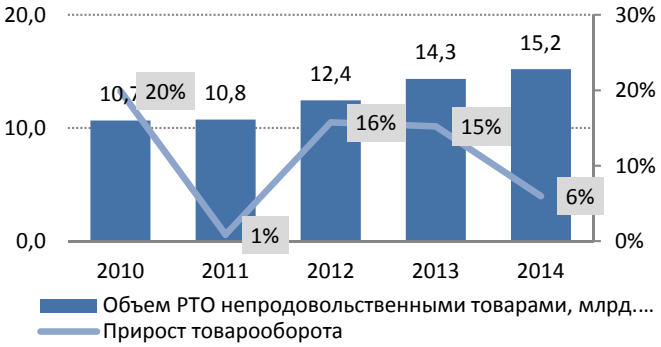
По целому ряду товарных позиций непродовольственных товаров наблюдается рост объемов производства в натуральном выражении на протяжении последних 5 лет.

Структура розничного товарооборота по типам товаров в объеме торговли через все каналы реализации, %



Источник: Белстат

Объем розничного товарооборота непродовольственными товарами, млрд. долл. США



Источник: Белстат

Продано за 2014 г., млрд. руб.

Верхняя одежда	**8 910,50**
Трикотажные изделия	3 643,30
Чулочно-носочные изделия	1318
Обувь	7 687,40
Строительные материалы	13575
Холодильники и морозильники, тыс. шт.	286,3
Стиральные машины, тыс. шт.	215,1
Телевизоры, тыс. шт.	412,3
Фармацевтические товары	7 601,80
Моторное топливо	18 842,70

Источник: Белстат

НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ РОЗНИЦА

Предложение

В структуре товарных позиций непродовольственных товаров по итогам 2014 года всеми организациями торговли преобладают следующие: моторное топливо – 12%, автомобили – 10%, одежда и белье – 9%, обувь – 5%, строительные материалы – 9%, фармацевтические товары – 5%, бытовая техника и электроника - 4%, мебель – 6%.

Доля импортных товаров в общем объеме непродовольственных товаров, по экспертным оценкам варьируется от 10% до 70% по итогам 2013 года. Наименьшая доля импортных товаров характерна для таких групп, как чулочно-носочные (импорт в 2013 – 16,7%) и трикотажные изделия (импорт в 2013 – 33,5%). В свою очередь наибольшую долю среди импортных товаров занимает телевизоры (импорт в 2013 – 84,2%) парфюмерия (импорт в 2013 – 75,5%) и фармацевтика (импорт в 2013 – 73,9%).

Продукцию непродовольственного назначения в основном реализуют компании частного сектора. Их доля в 2014 году составляет 78% от всего количества организаций, занимающихся РТ. Доля иностранных компаний на рынке составляет всего 13%. Структура розничного товарооборота (далее РТО) по формам собственности осталась практически неизменной по сравнению с 2012 и 2013 годом.

Тем не менее, за последние 6 лет структура рынка изменилась в значительной степени. За период с 2005 г. по 2014 г. доля неорганизованных типов торговли снизилась с 38,8% в 2005 году до 18,5% в 2014 году. Рынок РТ в основном представлен частными организации, а также ИП (индивидуальными предпринимателями).

При этом наблюдается следующая 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 30-40%. Это связанно с тем, что сетевые магазины современного формата только сейчас начинают проникновение в регионы. За последние несколько лет в Минске и областных центрах начал быстро развиваться новый современный формат розничных сетей*.

В розничном товарообороте непродовольственных товаров по итогам 2013 года на долю крупных организаций, управляющих торговыми объектами (сетями, крупными магазинами), с численностью сотрудников более 250 человек, пришлось около 35-40%. Около 1/3 этого сегмента занимают крупные сети современного формата*. На 01.01.2014 года в Беларуси насчитывалось более 50 крупных непродовольственных сетей, основная часть которых расположена в Минске. Всего данные сети объединяют более 1740 торговых объектов различного формата. Торговая площадь всего сетевого ритейла составляет чуть менее 280 тыс. кв. м или около 10-15% от всех торговых площадей всех форматов, реализующих непродовольственные товары.

Структура продаж непродовольственных товаров через все каналы реализации, 2014

Источник: Белстат

Структура рынка продовольственной розницы по форме собственности, 2014

Источник: Белстат

** К частным относятся также АО с государственной долей в собственности*

* **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 500 м, либо крупными торговыми объектами. Число сотрудников сетей современного формата превышает 50 человек

НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ РОЗНИЦА

Спрос

Спрос на непродовольственные товары соответствует предложению и по результатам 2014 года составил 15,2 млрд долл. США. По сравнению с предыдущим годом он вырос на 0,9 млрд долл. США в стоимостном выражении (6%). Также в 2014 году доля непродовольственных товаров в структуре потребления возрасла.

Традиционно у населения наибольшим спросом пользуются такие группы товаров, как автомобили, одежда и белье, обувь, фармацевтические товары, мебель, строительные материалы, бытовые электрические приборы, парфюмерия и косметика

На спрос на непродовольственные товары главным образом оказывают влияние неценовые факторы:

• уровень доходов населения,

• норма сбережения,

• ожидания потребителей.

Уровень денежных доходов населения в расчете на душу населения составил в 2014 году 440 долл., что на 9 долл. больше чем годом ранее. Данный факт и объясняет рост объема розничного товарооборота продовольственными товарами. За последние 5 лет доходы населения возрастали с 318 до 440 долл. (CAGR=8%). 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.

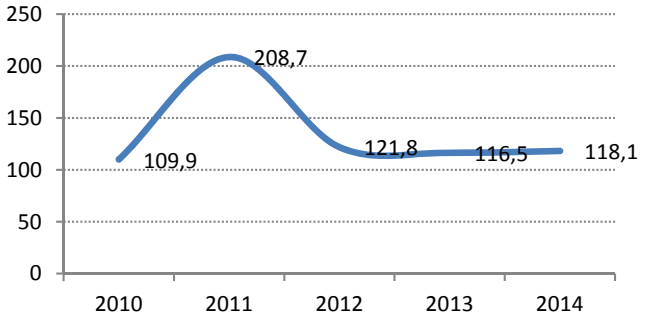
Индекс потребительских цен по итогам 2014 года составил 118,1%, стабилизировавшись после 2011 года, когда он достиг 208,7%. Стабилизация данного показателя, одновременно с ростом денежных доходов и привели к росту объема розничного товарооборота продовольственными товарами.

Так же следует отметить, что фактор потребительских ожиданий в 2014 году не оказывал существенного влияния на спрос. В то время как он оказывал значительное влияние на спрос в период девальвации 2011 года.

Доходы населения

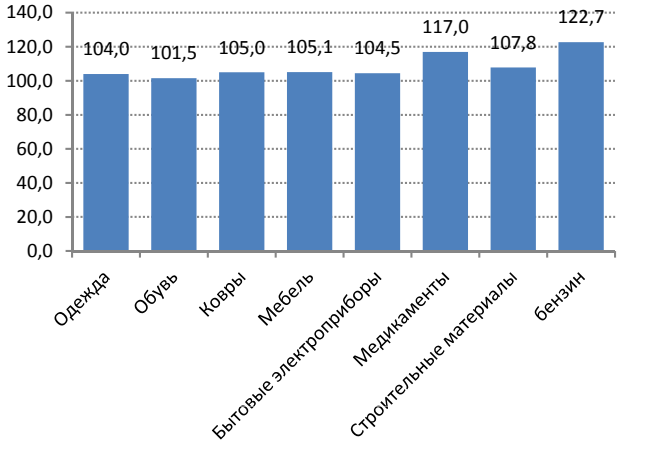
Источник: Белстат

Индекс потребительских цен (в процентах)



Источник: Белстат

Изменение цен по основным группам непродовольственных товаров, 2014 к 2013, %



Источник: Белстат

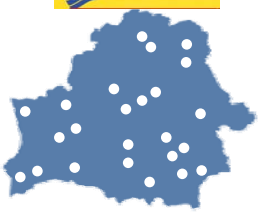
НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ РОЗНИЦА

Основные игроки

СРЕДСТВА СВЯЗИ И МОБИЛЬНЫЕ УСТРОЙСТВА

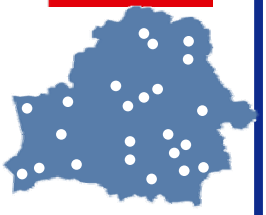
На сектор розничной торговли мобильными устройствами и услугами связи приходится около 0,8% от всего товарооборота непродовольственными товарами. Годовой товарооборот сетей современного формата в 2014 г. превысил 57 млн долл. США, что составляет почти 70% от всего товарооборота сегмента. Крупнейшими сетями современного формата, доминирующими на рынке связи и мобильных устройств, являются Связной, Евросеть, Лайф, Велком, МТС, Алло, На Связи. На долю 2 крупнейших сетей, Евросети и МТС, приходится более 50% товарооборота данного сегмента. Все сети имеют региональную направленность. Доля их торговых объектов в Минске (от общего количества торговых объектов) варьируется от 16% до 34%.

Компания ИООО «БелЕвросеть» была основана в 2005 году крупнейшей и наиболее известной в России и странах СНГ компанией ООО «Торговый дом «Евросеть». В настоящее время общее количество салонов связи в Беларуси составляет 87 магазинов. ИООО «БелЕвросеть» осуществляет продажу мобильных телефонов, портативного аудио, фотоаппаратов, DECT телефонов, аксессуаров к ним, а так же услуг сотовых операторов связи. Компания ИООО «БелЕвросеть» имеет свои салоны во всех регионах Беларуси.



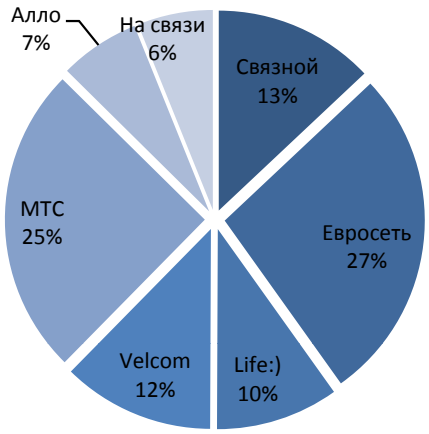
Количество объектов	Торговая площадь, тыс. кв.м.	Годовой товарооборот, млн. долл. США	Проникновение в регионы, %
87	6,4	15,4	100

Белорусско-российское совместное ООО «Мобильные ТелеСистемы» предоставляет услуги связи стандарта GSM 900/1800/2100, а также является крупнейшим сетевым ритейлером мобильных телефонов в РБ. Учредителями компании выступают РУП «Белтелеком» (51 % уставного капитала) и ОАО «Мобильные ТелеСистемы» (49 %). Компания начала предоставление услуг 27 июня 2002 г. В настоящее время общее количество салонов связи в Беларуси составляет 141 магазинов. А их торговая площадь превышает 5 тыс. кв. м. ООО «МТС» имеет свои салоны во всех регионах Беларуси.



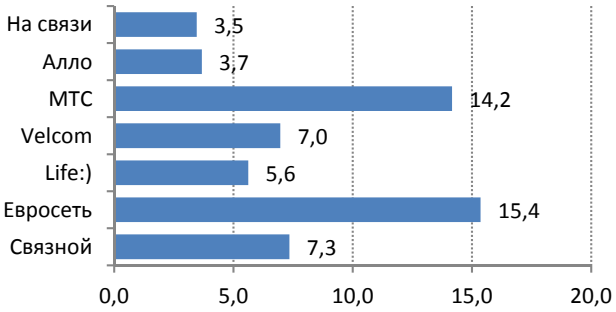
Количество объектов	Торговая площадь, тыс. кв.м.	Годовой товарооборот, млн. долл. США	Проникновение в регионы, %
141	5,9	14,2	100

Доля сетей на рынке РБ (по годовому обороту), 2014



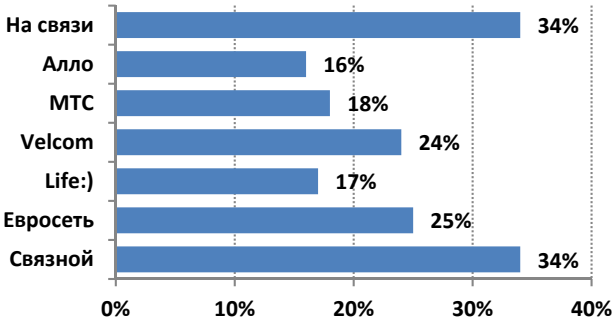
Источник: ЮНИТЕР

Годовой оборот, млн. долл. США, 2014



Источник: ЮНИТЕР
**оценочный показатель*

Доля Минска в общем количестве торговых объектов сети



Источник: ЮНИТЕР

НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ РОЗНИЦА

Основные игроки

СТРОЙМАТЕРИАЛЫ

Сектор розничной торговли строительными материалами составляет около 9% от всего товарооборота непродовольственными товарами. Товарооборот строительными материалами, красками и лаками, стеклом и прочими стройматериалами в 2014 году составил около 1 300 млн долл. США. Годовой товарооборот данными товарами сетей современного формата в 2014 г. превысил 150 млн долл. США. Основная доля стройматериалов реализуется на специализированных рынках либо через нефирменные несетевые магазины-склады стройматериалов. Ома, Палас, Сделай сам, Новосёлкин являются крупнейшими сетями на данном сегменте рынка. При этом крупнейшая сеть Ома контролирует более 60% сетевого сегмента розничного товарооборота стройматериалами. Все сети в основном работают на рынке города Минска и имеют невысокую степень проникновения в регионы.

Компания ООО «ОМА» была основана в марте 1992 года и на данный момент является лидером в Беларуси по продаже строительных материалов и инструментов, товаров для дома, сада и огорода. Компания имеет филиалы во всех областных центрах Беларуси, а также обширную розничную сеть. Штат сотрудников компании составляет более 1000 человек. Ассортимент товаров насчитывает более 45000 наименований. В Минске, Могилеве и Лиде компания имеет крупные современные гипермаркеты строительных материалов площадью более 5000 кв. м. В течение 2012 года компания открыла 3 объекта. В 2013 был открыт всего 1 магазин.

Количество объектов	Торговая площадь, тыс. кв.м.	Годовой товарооборот, млн. долл. США	Проникновение в регионы, %
11	**21**	100,8	30

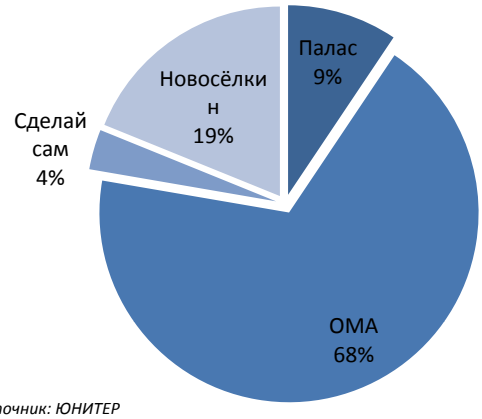
ЧУП «Астомстой» была основана в 2003 году и входит в холдинг «СТРОЙТЕКС». Основным видом деятельности компании является оптово-розничная торговля отделочными материалами.

Розничное направление представлено разными по формату объектами под торговой маркой «Новосёлкин». Основной ассортимент сети: товары для дома, ремонта и строительства. Компания имеет свои магазины лишь в Минске и Гомеле.

С 2013 года компания начала развивать сеть крупных строительных гипермаркетов под брендом Mile.

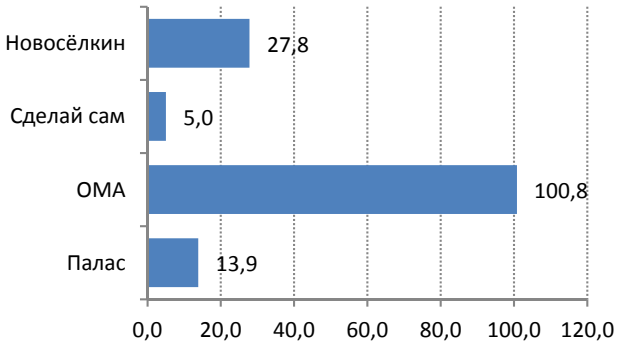
Количество объектов	Торговая площадь, тыс. кв.м.	Годовой товарооборот, млн. долл. США	Проникновение в регионы, %
4	5,6	27,8	4

Доля сетей на рынке РБ (по годовому обороту), 2014



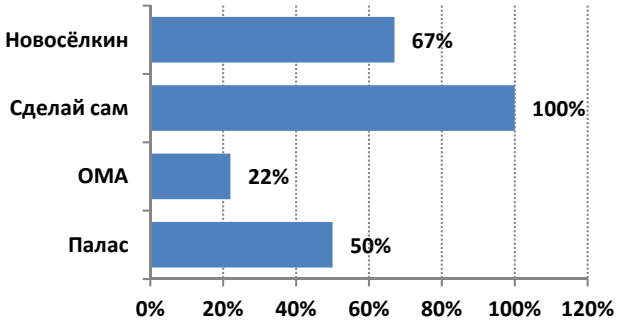
Источник: ЮНИТЕР

Годовой оборот, млн. долл. США, 2014



Источник: ЮНИТЕР
**оценочный показатель*

Доля Минска в общем количестве торговых объектов сети.



Источник: ЮНИТЕР

НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ РОЗНИЦА

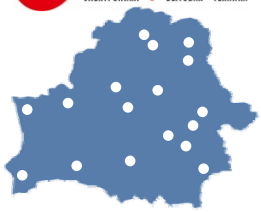
Основные игроки

БЫТОВАЯ ТЕХНИКА

На сектор розничной торговли бытовой техникой приходится около 5-6% от всего товарооборота непродовольственными товарами Республики Беларусь. Годовой товарооборот данными товарами сетей современного формата в 2014 г. превысил 330 млн долл. США, что составляет около 50% от всего товарооборота данного сегмента. При этом оставшиеся 50% бытовой техники реализуется через магазины несетевого формата и интернет магазины. Доля товарооборота бытовой техникой на рынках незначительна и имеет тенденцию к снижению. В то время как в последние 2-3 года возрос объем торговли бытовой техникой через интернет (по данным экспертных оценок, доля товарооборота через интернет-магазины достигает около 30%). Крупнейшими сетями современного формата, доминирующими в данном сегменте рынка, являются 5 Элемент, Электросила, Техника успеха, Сильверадо. При этом 2 крупнейшие сети 5 Элемент и Электросила контролируют более 90% сетевого сегмента розничного товарооборота бытовой техникой. Все сети, в основном, работают на рынке города Минска и имеют невысокую степень проникновения в регионы. Исключение составляет 5 Элемент.

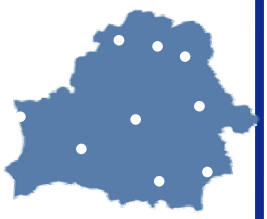
ЗАО «Патио» (Пятый элемент, 5 элемент) работает на белорусском рынке бытовой и аудио-видео техники с 1996 года. Компания является официальным дилером многих мировых брендов. «5 элемент» осуществляет как оптовую, так и розничную торговлю. Розничные продажи компания осуществляет через собственную сеть магазинов, объединенных под торговой маркой «5 элемент». На данный момент компания владеет 29 магазинами в крупнейших городах страны. Тем не менее большую долю в товарообороте занимает реализация товаров через интернет.

В 2013 году компания открыла ряд крупных торговых объектов в Минске и регионах. Одним из крупнейших из них стал магазин в торговом центре ALL.



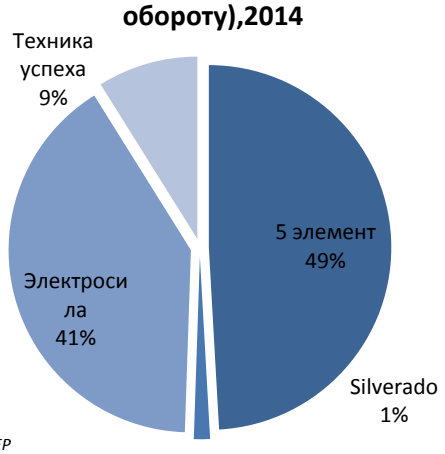
Количество объектов	Торговая площадь, тыс. кв.м.	Годовой товарооборот, млн. долл. США	Проникновение в регионы, %
41	23	165,6	74

ООО «ЭЛЕКТРОСЕРВИС и Ко» работает на белорусском рынке с 1993 года. Основная сфера деятельности - оптовая и розничная торговля бытовой техникой и электроникой. Компания является официальным, а по ряду брэндов и эксклюзивным, дилером ведущих мировых производителей бытовой и аудио-видеотехники на территории Республики Беларусь. На данный момент сеть включает в себя 24 объекта (в 2013 году было открыто 5 новых магазинов) в крупнейших городах страны. Тем не менее основную деятельность компания ведет в Минске.



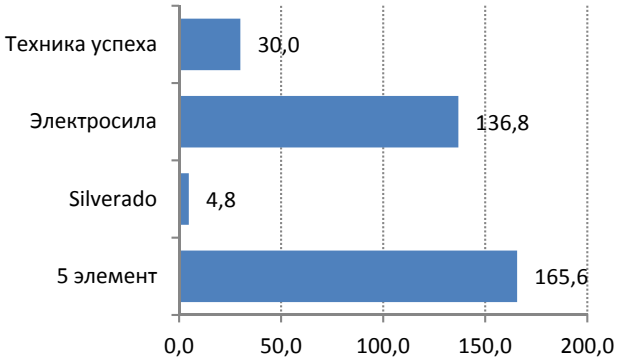
Количество объектов	Торговая площадь, тыс. кв.м.	Годовой товарооборот, млн. долл. США	Проникновение в регионы, %
23	19	136,8	43

Доля сетей на рынке РБ (по годовому обороту),2014



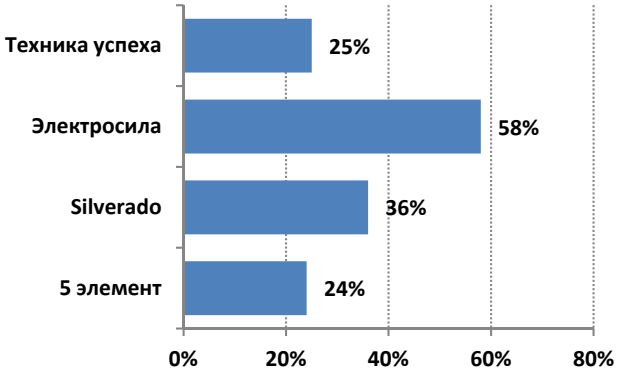
Источник: ЮНИТЕР

Годовой оборот, млн. долл. США, 2014



Источник: ЮНИТЕР
**оценочный показатель*

Доля Минска в общем количестве торговых объектов сети



Источник: ЮНИТЕР

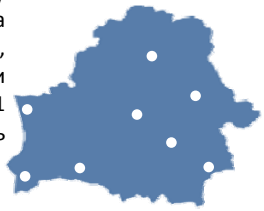
НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ РОЗНИЦА

Основные игроки

ОБУВЬ

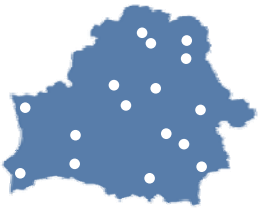
5% от всего товарооборота непродовольственными товарами в 2014 году пришлось на торговлю обувью. Годовой товарооборот сетей современного формата в 2014 г. превысил 150 млн долл. США, что составляет около 30% от всего товарооборота данного сегмента. Основным каналом реализации обуви являются рынки и небрендированные бутики в торговых и торгово-развлекательных центрах (далее ТЦ и ТРЦ). Мегатоп, Аксис, Марко, Шаговита, Белвест являются крупнейшими сетями современного формата, на данном сегменте рынка. При этом 3 крупнейшие сети Мегатоп, Аксис и Белвест контролируют более 90% сетевого сегмента розничного товарооборота обуви. Все сети, в основном, работают на рынке города Минска и имеют невысокую степень проникновения в регионы. За исключением двух крупнейших сетей - Белвест и Мегатоп, их уровень проникновения в регионы составляет 65%.

Мегатоп - сеть магазинов, расположенных в восьми городах Беларуси. Сеть является одной из крупнейших по годовому товарообороту. Особенностью сети является ориентация на обувь эконом класса всех сегментов (детской, мужской, женской). Сеть Мегатоп состоит из 37 магазинов крупного и среднего формата, торговой площадью 13,25 тыс. кв. м. 11 новых магазинов было открыто в 2013 году. В регионах сеть представлена лишь в крупных городах и областных центрах.



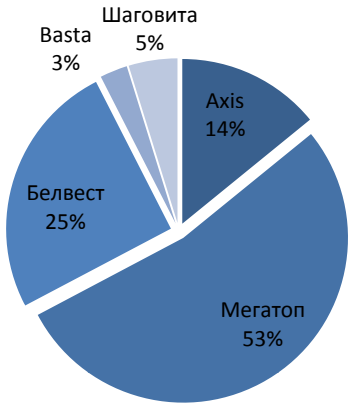
Количество объектов	Торговая площадь, тыс. кв.м.	Годовой товарооборот, млн. долл. США	Проникновение в регионы, %
47	17,7	85	39%

COOO «Белвест» является одной из крупнейших сетей обуви в Республике Беларусь, это фирменная сеть крупнейшего предприятия по производству обуви в РБ. С конца 2002 года компания является белорусско-российским предприятием. Сеть фирменных магазинов начала свою работу в 2010 году, с открытием 33 магазинов. Сегодня сеть «Белвест» объединяет 45 магазинов (65% проникновение в регионы), общей площадью около 6,5 тыс. м. кв. Также у сети есть развитая торговая инфраструктура в России и казахстане.



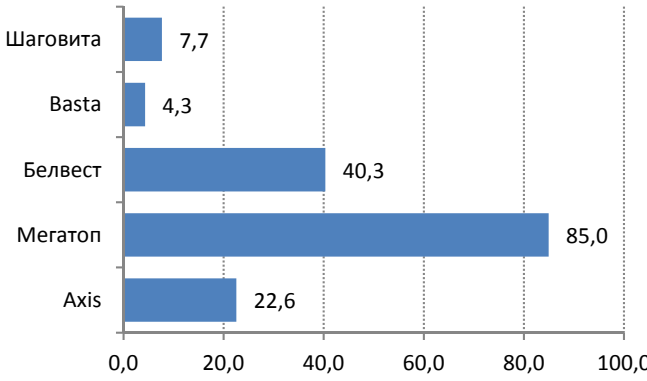
Количество объектов	Торговая площадь, тыс. кв.м.	Годовой товарооборот, млн. долл. США	Проникновение в регионы, %
59	**8,4**	40,3	65

Доля сетей на рынке РБ (по годовому обороту), 2014



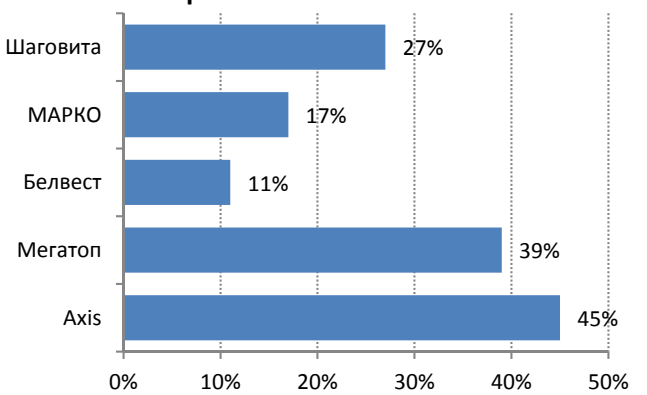
Источник: ЮНИТЕР

Годовой оборот, млн. долл. США, 2014



Источник: ЮНИТЕР
**оценочный показатель*

Доля Минска в общем количестве торговых объектов сети



Источник: ЮНИТЕР

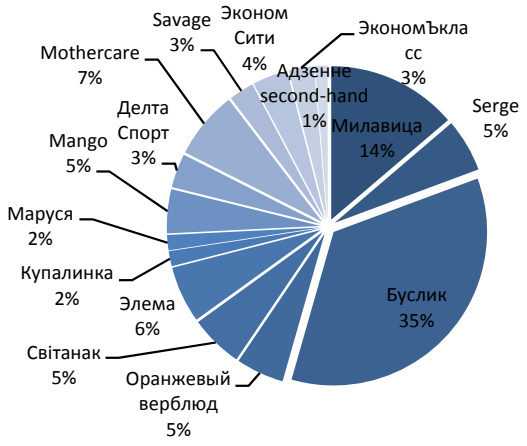
НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ РОЗНИЦА

Основные игроки

ОДЕЖДА

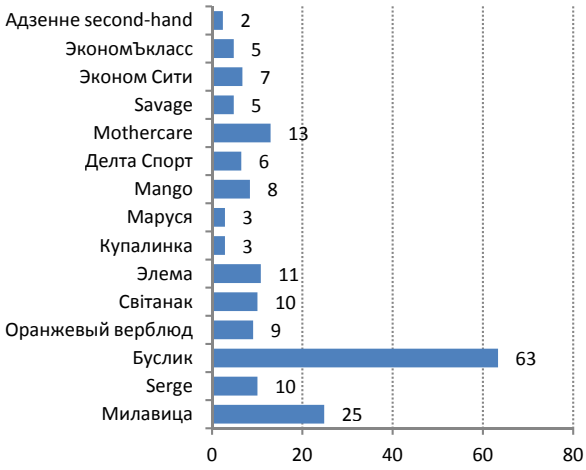
На сектор розничной торговли одежды приходится около 9% от всего товарооборота непродовольственными товарами. Годовой товарооборот данными товарами сетей современного формата в 2014 г. превысил 180 млн долл. США. Сети современного формата контролируют около 20% от всего товарооборота данного сегмента. Большая часть одежды реализуется через рынки, а также магазины несетевого формата. Крупнейшими сетями современного формата, доминирующими на данном сегменте рынка, являются Милавица, Серж, Буслик, Оранжевый верблюд, Свитанак, Элема, Купалинка, Маруся, Манго, Делта Спорт, Mothercare, Savage, Эконом Сити, ЭкономЪкласс, Адзенне second-hand. При этом все сети имеют невысокую долю рынка. Сети достаточно широко представлены в регионах. Такие сети как Буслик, Серж, Милавица и Свитанак, которые имеют высокую степень проникновения в регионы, выше 50%.

Доля сетей на рынке РБ (по годовому обороту)



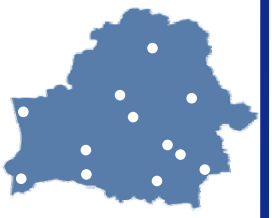
Источник: ЮНИТЕР

Годовой оборот, млн. долл. США



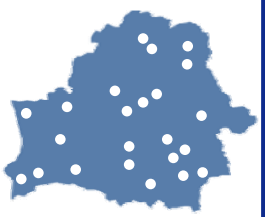
Источник: ЮНИТЕР
**оценочный показатель*

Группа компаний West Ost Union (WOU TM «Буслик») владеет крупнейшей сетью супермаркетов детских товаров в Республике Беларусь (основная специализация детская одежда). Европейский банк реконструкции и развития (ЕБРР) владеет 25,5% акций данной группы. Сеть, основанная в 2006 году, состоит из 24 магазинов, работающих в Минске, Гомеле, Бресте и Могилеве, ряде крупных райцентров, торговой площадью около 11,5 тыс. м. кв. В сети работает 450 сотрудников. Планы развития сети предусматривают дальнейшую экспансию в регионы.



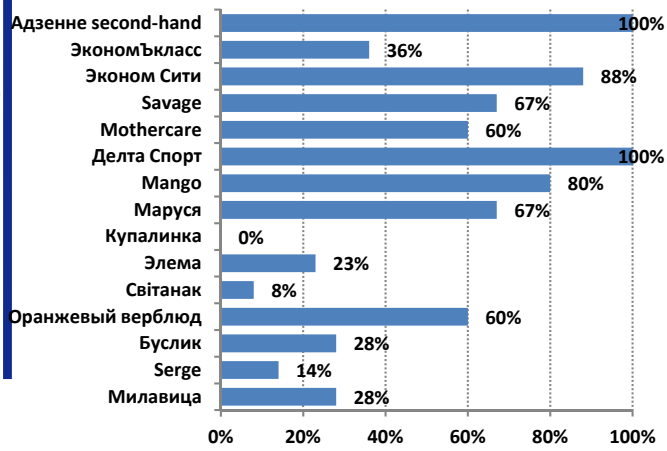
Количество объектов	Торговая площадь, тыс. кв.м.	Годовой товарооборот, млн. долл. США	Проникновение в регионы, %
37	**16**	**63**	57%

СП ЗАО «Милавица» является одним из крупнейших производителей корсетных изделий в Европе и, по результатам исследований, самым узнаваемым брендом в Беларуси и России. Милавица - лидер по продажам в среднем ценовом сегменте. Основными акционерами компании являются итальянская компания ILUNA, Европейский банк реконструкции и развития, значительная часть акций принадлежит сотрудникам компании. В июне 2012 года розничная сеть белорусского СП "Милавица" увеличилась до 500 магазинов (50 из которых находятся в Беларуси). Компания имеет высокий процент проникновения в регионы (91%). Компания очень активно развивает свою франчайзинговую сеть.



Количество объектов	Торговая площадь, тыс. кв.м.	Годовой товарооборот, млн. долл. США	Проникновение в регионы, %
64	**4,60**	25	91

Доля Минска в общем количестве торговых объектов сети



Источник: ЮНИТЕР

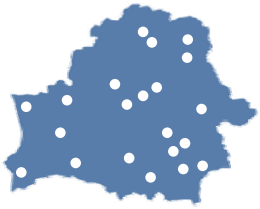
НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ РОЗНИЦА

Основные игроки

ЮВЕЛИРНЫЕ УКРАШЕНИЯ И ЧАСЫ

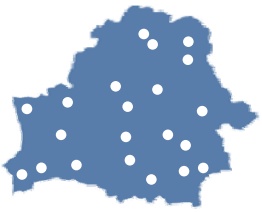
Доля сектора розничной торговли ювелирными изделиями и часами совсем не велика и составляет 1,5-2% от всего товарооборота непродовольственными товарами. Годовой товарооборот данными товарами сетей современного формата в 2014 г. составил около 100 млн долл. США, что составляет почти 50% от всего товарооборота данного сегмента. Покупатели предпочитают покупать ювелирные изделия в фирменных магазинах, так как доверие к товарам, реализуемым на рынках и через интернет, крайне низкое. Крупнейшими сетями современного формата, доминирующими в данном сегменте рынка, являются Ziko, Мономах, Белювелирторг, Divia, 585. При этом 2 сети сегмента - Ziko и Белювелирторг контролируют более 70% товарооборота данного сегмента. Небольшие компании сектора в основном концентрируют свою деятельность в Минске, в то время как крупные – в регионах (более 90% составляет показатель проникновения в регионы).

ИООО «Зико» является крупнейшей в Республике Беларусь сетью по реализации ювелирных изделий и часов. Компания была основана 1992 году. Компания имеет собственный завод ювелирных изделий. Кроме того в магазинах сети реализуется продукция и других марок и брендов. Сеть Зико объединяет 78 магазинов (в 2012 было 74 магазина), торговой площадью более 7 тыс. м. кв.. 20 магазинов компании находятся в Минске. Уровень проникновения компании в регионы составляет 91%.



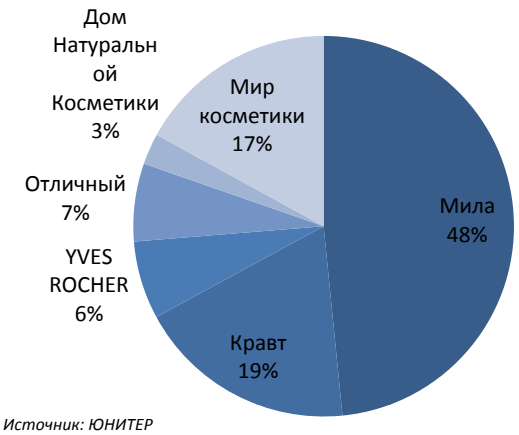
Количество объектов	Торговая площадь, тыс. кв.м.	Годовой товарооборот, млн. долл. США*	Проникновение в регионы, %
78	6,9	41,4	91

Ювелирная сеть «Белювелирторга» является одной из крупнейших non food retail-сетей страны. В настоящее время ОАО «Белювелирторг» включает в свою структуру 54 магазинов в 25 городах Беларуси. Кроме ювелирных изделий производства Беларуси, а также России, Украины, Молдовы и Италии, в магазинах сети реализуется продукция часовой, стекольной отраслей, а также сувенирные изделия. Уровень проникновения в регионы сети составляет 91%. «Белювелирторг» является привлекательным объектом для потенциальных инвесторов. Так, интерес к данной сети проявлял в 2007 году израильский миллиардер, владелец компании LGC, Лев Леваев. Однако тогда ему было отказано.



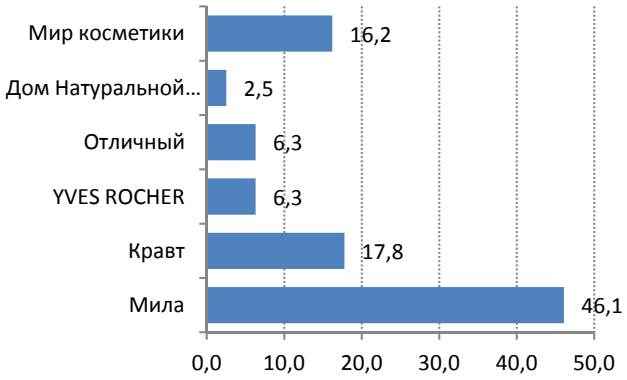
Количество объектов	Торговая площадь, тыс. кв.м.	Годовой товарооборот, млн. долл. США	Проникновение в регионы, %
56	5,6	30,2	91

Доля сетей на рынке РБ (по годовому обороту), 2014



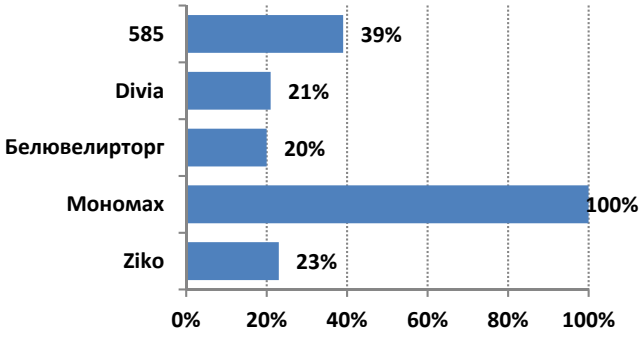
Источник: ЮНИТЕР

Годовой оборот, млн. долл. США, 2014



Источник: ЮНИТЕР
**оценочный показатель*

Доля Минска в общем количестве торговых объектов сети, 2012 г.



Источник: ЮНИТЕР

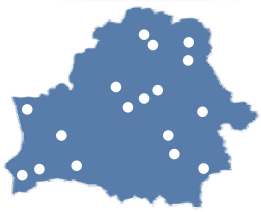
НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ РОЗНИЦА

Основные игроки

БЫТОВАЯ ХИМИЯ, КОСМЕТИКА И ПАРФЮМЕРИЯ

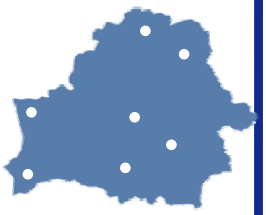
На сектор розничной торговли бытовой химии, косметики и парфюмерии приходится около 4-5% от всего товарооборота непродовольственными товарами Республики Беларусь. Годовой товарооборот данными товарами сетей современного формата в 2014 г. составил около 95 млн долл. США (около 20% от всего товарооборота данного сегмента). Большая часть товаров бытовой химии, косметики и парфюмерии реализуется через несетевые специализированные магазины, гипермаркеты, а также рынки. Мила, Кравт, YVES ROCHER, Отличный, Дом Натуральной Косметики, Мир косметики являются крупнейшими сетями современного формата в данном сегменте рынка. При этом более 80% товарооборота данного сегмента приходится на 3 сети: Мила, Мир косметики и Кравт. Такие компании как Мила и Мир натуральной косметики имеют высокий процент проникновения в регионы. В то время как для остальных игроков рынка Минск является основным центром реализации продукции.

Группа компаний Парфюмбытхим является объединением поставщиков бытовой химии, средств гигиены, парфюмерии и косметики. Группа компаний Парфюмбытхим была основана в 1998 году. С 2009 г. компания активно работает над развитием собственной розничной сети магазинов "Мила" по всей стране. В настоящий момент в сети "Мила" насчитывается 130 магазинов торговой площадью 9,6 тыс. м. кв. с годовым товарооборотом около 46 млн долл. США. Сеть имеет высокий процент проникновения в регионы (70%).



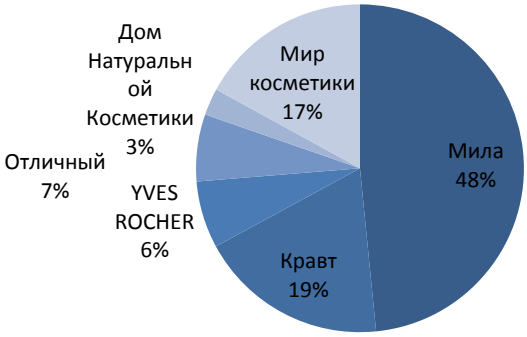
Количество объектов	Торговая площадь, тыс. кв.м.	Годовой товарооборот, млн. долл. США	Проникновение в регионы, %
130	9,6	46,1	70

Компания ООО «Кравт» является официальным дистрибьютором в Республики Беларусь ведущих мировых производителей косметической продукции. Компания «КРАВТ» является лидером на белорусском рынке люксовой и селективной парфюмерии и косметики. В сеть входит 17 торговых объектов площадью 2,9 тыс. кв. м. и годовым оборотом около 13,9 млн долл. США. Компания концентрирует свою деятельность в Минске. Процент проникновения в регионы составляет 26%.



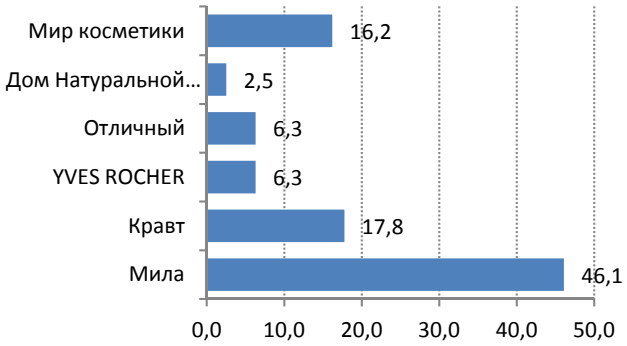
Количество объектов	Торговая площадь, тыс. кв.м.	Годовой товарооборот, млн. долл. США	Проникновение в регионы, %
22	3,7	17,8	26

Доля сетей на рынке РБ (по годовому обороту)



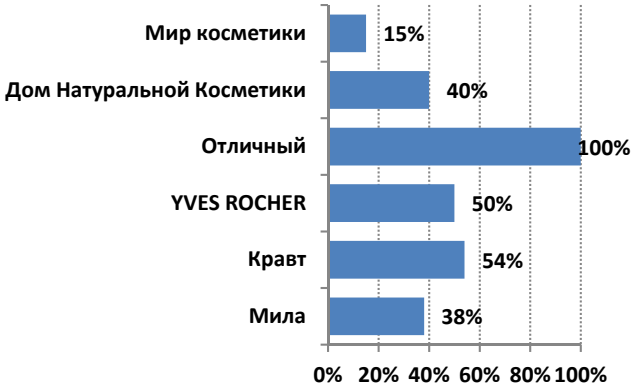
Источник: ЮНИТЕР

Годовой оборот, млн. долл. США



Источник: ЮНИТЕР
**оценочный показатель*

Доля Минска в общем количестве торговых объектов сети



Источник: ЮНИТЕР

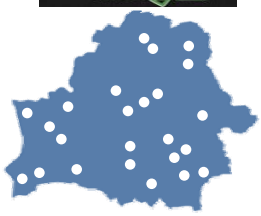
НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ РОЗНИЦА

Основные игроки

МЕБЕЛЬ

Около 5-7% от всего товарооборота непродовольственными товарами приходится на сектор розничной торговли мебели . Годовой товарооборот данными товарами сетей современного формата в 2014 г. составил около 400 млн долл. США, что составляет около 50% от всего товарооборота данного сегмента. Большая часть мебельной продукции реализуется через фирменные магазины заводов изготовителей, а также через магазины сетей современного формата, которые выступают дилерами заводов. На рынках реализуется, по оценкам экспертов, около 10-15% всей мебельной продукции. Крупнейшими сетями современного формата на данном сегменте рынка, являются Лагуна, Домовой, Диван Диваныч (Мир мебели), Мебель Пинскдрев. Более 80% товарооборота данного сегмента приходится на магазины сетей Мебель Пинскдрев и Лагуна. Эти компании имеют высокий процент проникновения в регионы (превышает 80%), в то время как остальные игроки рынка имеют свои магазины в основном в Минске.

ЗАО «Холдинговая компания «Пинскдрев» является крупнейшим производителем корпусной мебели в Республике Беларусь. Для реализации своей продукции компания имеет 191 собственных фирменных магазинов торговой площадью 51 тыс. м. кв. и годовым товарооборотом около 214 млн долл. США. В Минске компания имеет всего 6 магазинов. Крупнейший магазин современного формата Пинскдрев в 2012 году был открыт в Гомеле торговой площадью 3000 м. кв. Сеть имеет высокий процент проникновения в регионы (100%).

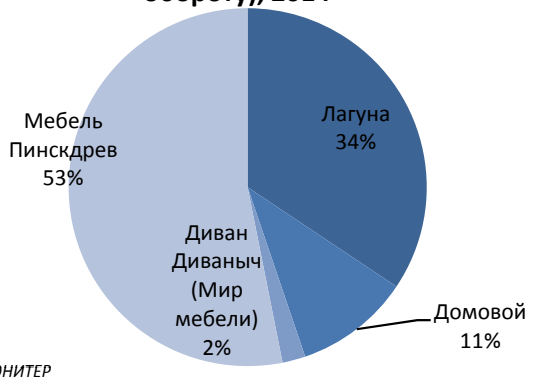


Количество объектов	Торговая площадь, тыс. кв.м.	Годовой товарооборот, млн. долл. США	Проникновение в регионы, %
191	51	214,2	100

УП «Мебельная фабрика «Лагуна» (магазины «Мебель») является одним из крупнейших производителей мягкой и корпусной мебели Республики Беларусь. Компания имеет одну из крупнейших мебельных сетей в стране, которая состоит из 107 магазинов торговой площадью 33 кв. м. и оборотом в 138,6 млн. долл. США. Компания имеет высокий процент проникновения в регионы, он составляет 87%.

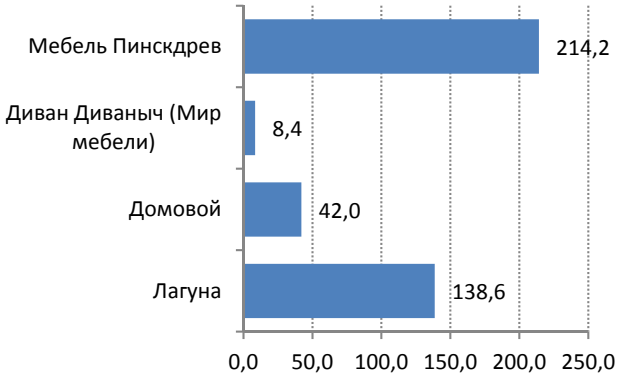
Количество объектов	Торговая площадь, тыс. кв.м.	Годовой товарооборот, млн. долл. США	Проникновение в регионы, %
107	33	**138,6**	87

Доля сетей на рынке РБ (по годовому обороту), 2014



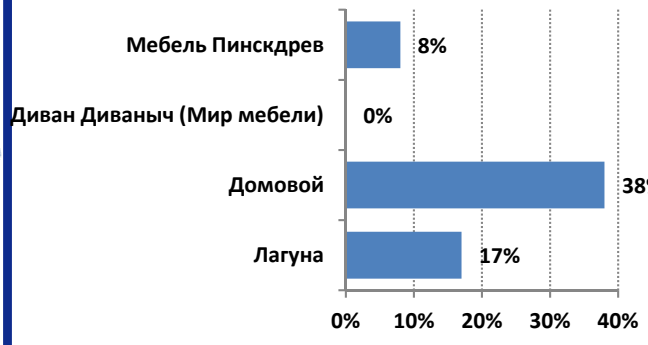
Источник: ЮНИТЕР

Годовой оборот, млн. долл. США, 2014



Источник: ЮНИТЕР
**оценочный показатель*

Доля Минска в общем количестве торговых объектов сети,



Источник: ЮНИТЕР

НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ РОЗНИЦА

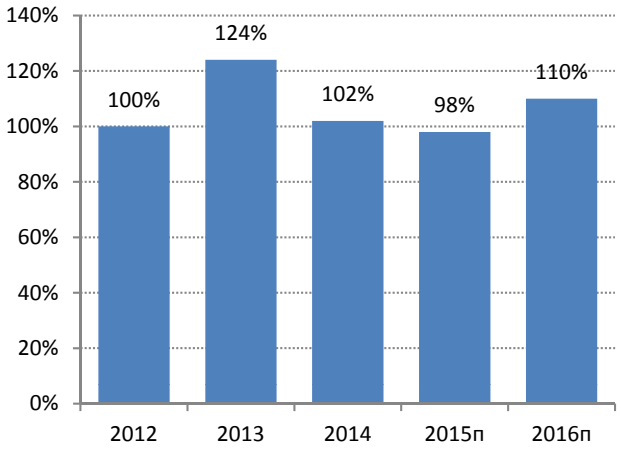
Прогноз

В Беларуси сегодня существуют большие возможности для роста частных торговых сетей современного формата. Возможности роста в основном связаны с укрупнением сетей (консолидацией сектора) и строительством новых объектов.

На 2015 год эксперты отрасли не ожидают роста розничного товарооборота продовольственными товарами.

Некоторое оживление на рынке наступит в 2016 г., при этом темп роста розничного товарооборота продовольственными товарами может составить 110%.

Прогноз роста розничного товарооборота товарами



Источник: Юнитер

Правовая база

Розничная торговля непродовольственными товарами регулируется посредством различных нормативно-правовых актов. Часть продукции подлежит лицензированию, например, торговля ювелирными изделиями, автомобилями, косметикой и другими товарами. Лицензирование регулируется Гражданским кодексом Республики Беларусь, а также Указом Президента Республики Беларусь от 01.09.2010 № 450 "О лицензировании отдельных видов деятельности".

Помимо лицензирования розничную торговлю регулируют следующие нормативно-правовые акты общего законодательства:

- Закон Республики Беларусь от 28 июля 2003г. № 231-З "О Торговле",
- Закон Республики Беларусь от 9 января 2002г. № 90-З "О защите прав потребителей",
- Указ Президента Республики Беларусь от 18 июня 2005 г. № 285 "О некоторых мерах по регулированию предпринимательской деятельности".

Также регулируют розничную торговлю непродовольственными товарами специальные нормативно-правовые акты, такие как:

- Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 12 декабря 2003г. № 1623 "Правила торговли на рынках Республики Беларусь",
- Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 13 июля 2005г. N 772 (в ред. постановлений Совмина от 12.03.2007 № 307, от 11.02.2009 № 185) “О видах товаров, относящихся к товарным группам”,
- Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 7 апреля 2004 г. № 384 «Об утверждении Правил осуществления розничной торговли отдельными видами товаров и общественного питания».

На данный момент ведется активная разработка закона "О государственном регулировании торговли". Проект закона содержит механизмы противодействия монополизации потребительского рынка Беларуси крупными торговыми сетями. Кроме того проект предлагает ужесточение требований к оплате поставленного товара: максимальный срок оплаты (45 дней). Планируется также отменить все виды дополнительных платежей, которые крупные сети предъявляют поставщикам: плата за место в торговом зале, за мерчандайзинг, перефасовку и др.

НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ РОЗНИЦА

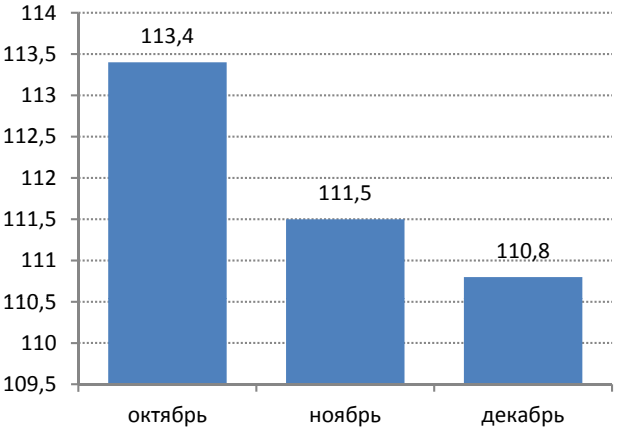
Последние изменения, 4 кв. 2014

Розничный товарооборот в 4 квартале 2014 г.составил 44 трлн. рублей.

Доля продажи непродовольственных товаров в розничном товарообороте составила 50,6%.

В 4 квартале 2014 года происходит замедление роста объемов розничного товарооборота непродовольственными товарами.

Динамика розничного товарооборота непродовольственными товарами, в % к соответствующему периоду предыдущего года; в сопоставимых ценах



Источник: Белстат

В Бресте открылся первый строительный гипермаркет Mile.

23 августа, в Бресте по ул. Карьерная 9/1 состоялось открытие Mile – первого в городе строительного гипермаркета. Общая торговая площадь ТЦ составила 5 000 кв. м.

Открылся гипермаркет «Ома» в Минске

Новый, 11-й магазин торговой сети "ОМА" открылся возле автовокзала "Восточный" на улице Ванеева, 38. Он занимает площадь более 6 тысяч квадратных метров, из которых 3,8 тысячи – торговый зал.

"Милавица" создаст одну из самых крупных в мире розничных сетей по продаже нижнего белья

Сегодня розничная сеть "Милавицы" составляет 616 магазинов, которые находятся в 23 странах мира. В стратегических планах белорусского предприятия создать сеть в тысячу магазинов, сколько имеет самая известная мировая марка Victoria's Secret.

Несмотря на кризис на основных рынках сбыта, за 10 месяцев 2014 года объем продаж СП ЗАО «Милавица» снизился всего на 1,4%, что также повлекло снижение выручки на 1,2%. Однако благодаря оптимизации производственного процесса и новой стратегии продаж выручка на одного работника, напротив увеличилась на 11,8%, а прибыль - на 10,8%. При этом рентабельность реализованной продукции увеличилась с 15,2% в 2013 году до 17,6%. Это позволило увеличить среднюю заработную плату работников СП ЗАО "Милавица" с 7260,6 до 8268,2 тыс. рублей.

НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ РОЗНИЦА

Последние изменения, 4 кв. 2014

Франчайзинг

Наибольшее представительство на белорусском рынке в отраслевом разрезе имеют производители и продавцы готовой одежды. В наш топ попали 7 компаний, которые в совокупности сегодня имеют 28 точек продаж в Минске, Барановичах, Бресте, Витебске, Гомеле, Могилеве и Новополоцке.

Лидеры – это санкт-петербургский бренд Oodji , под которым продаются женская, мужская и детская молодежная одежда, и созданная российскими предпринимателями при участии итальянских дизайнеров компания Tom Farr, являющаяся одним из лидеров на рынке СНГ по производству и продаже модной молодежной одежды в среднем ценовом сегменте. У обоих брендов по 7 франчайзинговых магазинов в нескольких городах Беларуси.

Недалеко от них обосновалась еще одна сеть одежды Concept Club. Это – бренд модной женской одежды, в Беларуси по франчайзингу открыты 6 магазинов.

Франшизы в Беларусь продали также такие российские производители готовой одежды как Newform (одежда и белье для беременных), Incity (женская одежда), одна из самых активных на внешних рынках сеть магазинов одежды среднего ценового сегмента для молодых девушек Kira Plastinina и бренд «Провокация» (футболки и аксессуары с принтами). Единственная пока в Беларуси франшиза «Провокации» куплена в Новополоцке.

Большой интерес у белорусского бизнеса вызывает такое формат как продажа подарков и сувениров. Пять российских компаний имеют по франчайзингу торговые точки в Беларуси.

Старейший бренд (и он же – безусловный лидер этого сегмента) – это «Экспедиция». Сегодня владельцами этой франшизы на территории Беларуси уже открыты 13 магазинов подарков, сувениров и товаров для путешествий - в Минске, Бресте и Витебске.

2 магазина работают в Минске (в торговых центрах «Силуэт» и ТОП») под брендом «Штучки, к которым тянутся ручки». Его создал ивановский «Союз производителей игрушек». По одному магазину в Минске открыли франчайзи брендов на сети магазинов японских ножей и подарков Samura, настольные игры «Мосигра» и сувенирные изделия «Календарь подарков».

По четыре бренда родом из России по франчайзингу представлены на белорусском рынке в сегментах «отдых и развлечения» и «детские франшизы».

«Сеть магазинов горящих путевок» зашла на белорусский рынок несколько лет назад, купив местного игрока. Сейчас у компании 8 собственных офисов, а также 10 на условиях франчайзинга в Минске, Солигорске, Орше, Гродно, Бресте и Борисове.

Еще один представитель этого бизнеса – это «Сеть агентств пляжного отдыха «Велл». В Беларуси у нее 6 точек продаж, включая открывающуюся в ближайшее время в Жодино.

Две франшизы в Беларусь продал один из старейших российских туристических операторов, компания «Роза ветров». В Витебске открыла офис московская туристическая фирма «1001 тур».

Достаточно активно продаются в Беларуси детские франшизы. Лидером по числу точек продаж (6) является «Вундеркинд». Питерская компания, реализующая развивающие игрушки и методики раннего детского развития и обучения до семи лет, представлена уже в 5 городах Беларуси.

Сеть магазинов игрушек Gulliver по франчайзингу работает в Минске и Бресте, а одна из крупнейших российских сетей многобрендовых магазинов детской одежды Orby – в Минске.

На белорусский рынок в этом формате вышла и самая активная по числу стран, куда проданы франшизы, российская компания “Оранжевый слон”. Ее магазины, предлагающие товары для детского творчества, открыты в Минске и Гомеле, а всего она представлена в около 25 странах, включая Великобританию, Голландию, Гонконг, Катар, Ливан, Малайзию, США, Сингапур, ЮАР.

Лидером среди российских компаний по числу франчайзинговых точек продаж в Беларуси является бренд Jenavi. У крупнейшего в России производителя ювелирной бижутерии с кристаллами Swarovski на территории Беларуси открыты 27 салонов в 10 городах.

В этом сегменте на белорусском рынке представлены еще две российские компании-франчайзеры. Это санкт-петербургская сеть Kristi, украшения и аксессуары для которой производятся в Китае и Корее, и магазины по продаже сумок, аксессуаров и подарков Kawai Factory. У Kristi два салона (в Минске и Молодечно), у Kawai Factory – один (в столице).

По франчайзингу представлены в Беларуси компании, занимающиеся оказанием услуг для бизнеса. Это Sun Studio, которая открыла в Минске центр УФ-печати и дизайна, а также транспортная компания СДЭК. Последняя занимается несколькими видами экспресс-доставки, ее франшиза продана в Минске.

НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ РОЗНИЦА

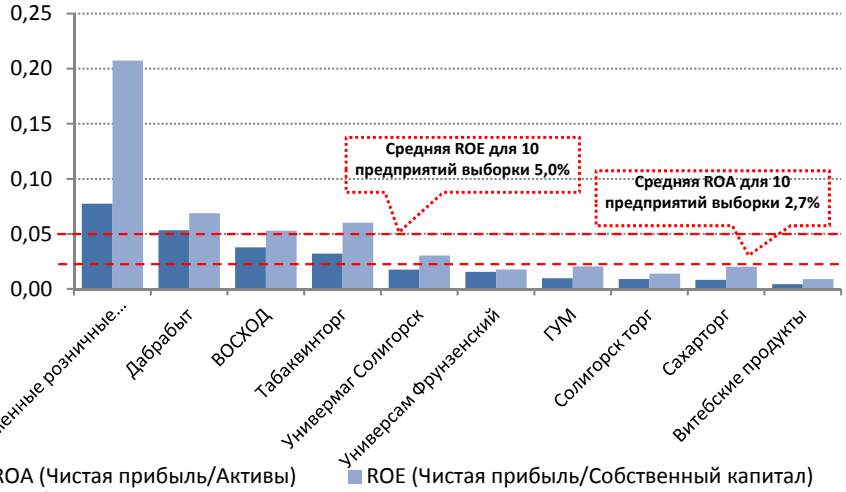
Корпоративный сектор розничной торговли

Корпоративный сектор розничной торговли Республики Беларусь в 2013 году включал 130 торговых организаций ОАО продовольственной и непрродовольственой торговли. При этом на оборот этих компаний приходится около 10% от всего розничного товарооборота. В этих организациях числится 35078 сотрудников, что составляет 3,81% от всего персонала, работающего в корпоративном секторе Беларуси. Суммарная выручка за 3 квартала 2013 года организаций розничной торговли составила 1,491 млрд. долл. США, что составляет 4% от всей выручки организаций корпоративного сектора. При этом на Топ-10 крупнейших организаций розничной торговли приходилось 43% от всей выручки корпоративных организаций данного сегмента. Крупнейшей компанией корпоративного сектора розничной торговли является ДорОрс. Ее выручка за 3 квартала 2013 года составила почти 142 млн долл. США.

Средняя производительность труда в месяц у компаний сектора составляет 4518 долл. США по итогам 3 кварталов 2013 года и находится на уровне среднего показателя по всему корпоративному сектору. При этом самый высокий показатель (23 259 долл. США в месяц) производительности имеет Лиданефтепродукт, занимающаяся розничной торговлей моторным топливом. Средняя рентабельность реализованной продукции у компаний корпоративного сектора розничной торговли составляет 4%, в то время как аналогичный показатель годом ранее составлял 5,6%. При этом показатель рентабельности по чистой прибыли у компаний розничной торговли составляет 2%. Из топ-10 организаций розничной торговли самый высокий показатель рентабельности реализованной продукции и рентабельности по чистой прибыли имеет ДорОрс (эти показатели составляют 6% и 5% соответственно).

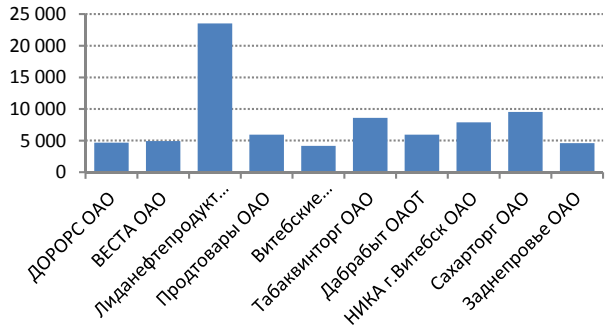
По результатам 2012 финансового года средний финансовый рычаг для 10 проанализированных предприятий составил 0,83. Средний показатель рентабельности активов организаций розничной торговли составил 2,7%, а средняя рентабельность собственного капитала – 5%.

Показатели рентабельности 10 предприятий выборки, 2012 г.



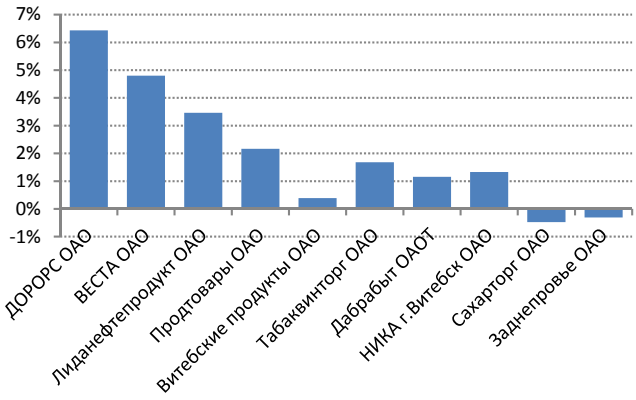
Источник: ЮНИТЕР

Производительность труда (выручка/численность персонала), долл. США в месяц, 2013 г.



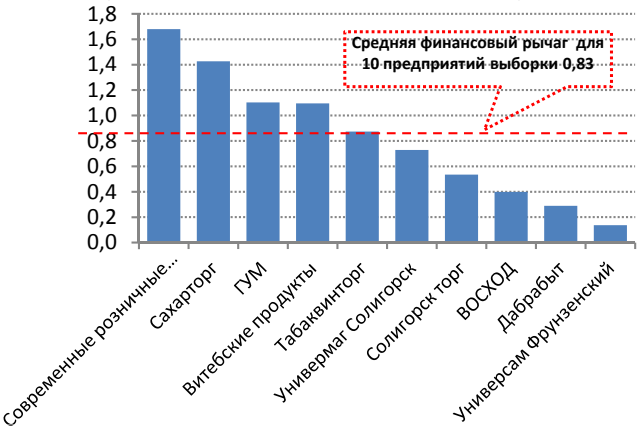
Источник: Минфин

Рентабельность реализованной продукции, 3 кв. 2013



Источник: Минфин

Финансовый рычаг (заемный/собственный капитал) 2012



Источник: ЮНИТЕР

НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ РОЗНИЦА

Статистическое приложение

Основные экономические показатели

Основные экономические показатели	единица измерения	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Номинальный ВВП	BYR трлн	97.165	129.791	137.442	164.476	297.158	530.356	636.784
Номинальный ВВП*	USD млрд	45.2	60.6	49.1	54.9	50.9	63.4	71.5
Рост реального ВВП	% г/г	8.6	10.2	0.2	7.7	5.5	1.7	0.9
Промышленное производство	% г/г	8.6	11.3	-3.1	11.7	9.1	5.8	-4.8
Сельскохозяйственное производство	% г/г	4.1	8.9	1.0	2.5	6.6	6.6	-4.0
ИПЦ	% г/г с/п	8.4	14.8	13.0	7.7	52.3	67.5	18.5
ИПЦ	% г/г к/п	12.1	13.3	10.1	9.9	108.7	21.8	16.5
ИЦППП	% г/г с/п	16.3	14.8	15.0	13.5	69.2	90.5	14.0
ИЦППП	% г/г к/п	22.2	15.4	11.3	18.9	149.6	20.6	10.7
Экспорт (т/у, USD)	% г/г	24.5	34.9	-32.9	20.5	58.8	11.4	-15.5
Импорт (т/у, USD)	% г/г	28.7	37.8	-26.8	23.0	29.7	2.3	-6.7
Текущий счет	USD млн	-3013	-4959	-6133	-8280	-5053	-1688	--
Текущий счет*	% ВВП	-6.7	-8.2	-12.5	-15.1	-9.9	-2.7	--
ПИИ (чистые)	USD млн	1792	2157	1774	1343	3877	1308	--
Международные резервы	USD млн к/п	4182	3061	5653	5031	7916	8095	6651
Сальдо консолидированного бюджета	% ВВП	0.4	1.4	-0.7	-2.6	2.1	0.5	0.2
Внутренний государственный долг	% ВВП к/п	6.3	6.6	5.7	5.6	10.9	9.3	10.7
Валовой внешний долг*	% ВВП к/п	27.6	25.0	45.0	51.7	66.8	53.5	--
Денежная база	% г/г к/п	38.4	11.7	-11.5	49.5	84.1	61.6	13.4
Обменный курс (НББ, официальный)**	BYR/USD с/п	2146	2136	2793	2978	4623	8336	8876
Обменный курс (НББ, официальный)**	BYR/USD к/п	2150	2200	2863	3000	8350	8570	9510
Обменный курс (НББ, официальный)**	BYR/EUR с/п	2937	3135	3885	3950	6432	10713	11782
Обменный курс (НББ, официальный)**	BYR/EUR к/п	3167	3077	4106	3973	10800	11340	13080

Источник: Исследовательский центр ИПМ
Примечание:
** темпы роста долларовых показателей (источник: Белстат).*
*** номинальная ставка по новым кредитам юридическим лицам (источник: НББ).*
**** В апреле-октябре 2011 г. наблюдалась множественность обменных курсов.*

НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ РОЗНИЦА

Статистическое приложение

Основные показатели РТО непродовольственной группы товаров

Показатель	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Объем РТО, млрд долл. США	11,7	14,5	17,8	23,6	21,3	23,4	20,1	23,1	28,9
Объем РТО непродовольственными товарами, млрд долл. США	5,0	6,5	8,2	11,2	8,9	10,7	10,8	11,4	14,3
Розничная (торговая) сеть – всего магазинов, единиц	29 437	30 643	32 405	34 813	37 787	40 402	41 930	43 000*	
их торговая площадь, тыс. кв. м	2 856	2 964	3 070	3 307	3 496	3 705	3 940	4 150*	
Число непродовольственных магазинов	10 721	11 633	13 562	15 572	18 028	20 320	22 072	23 500*	

Источник: Белстат

Производство основных видов непродовольственных товаров

Показатель	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Холодильники и морозильники, тыс. шт.	995	1050	1072	1106	1007	1106	1197	1263	107
Телевизоры, тыс. шт.	1 308	1 067	702	717	352	446	404	595	245
Стиральные машины, тыс. шт.	37	13	163	217	236	274	311	324	324
Велосипеды (без детских), тыс. шт.	441	458	374	250	130	133	172	166	169
Ткани всех видов, млн $м^2$	289	329	318	322	279	435	487	176	168
Трикотажные изделия, млн шт.	43	47	51	55	55	64	65	н/д	
Чулочно-носочные изделия, млн.пар	82	84	93	100	111	119	130	126	128
Обувь, млн пар	10	11	11	11	11	13	14	15	14,5
Бензин автомобильный, тыс. т	3330	3498	3181	3330	3272	3158	3135	3729	3683
Бумага, тыс. т	69	63	57	56	70	103	113	377*(включая картон)	329
Цемент, тыс. т	3131	3495	3820	4219	4350	4531	4604	4906	5057
Строительный кирпич, млн условных кирпичей	838	935	1084	1103	960	1002	956	н/д	

Источник: Белстат

Индексы цен на отдельные группы товаров (декабрь к декабрю предыдущего года; в процентах)

Показатель	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Одежда и белье	101,5	101	101,6	104,1	106,4	105	182	149	105,6
Обувь	100,1	100,7	101,4	102,2	104,9	103	180	142	103,7
Парфюмерно-косметические товары	107,8	105,1	106,2	109,9	123,1	106	238	152	
Электротовары	102,4	101,6	103,4	102,7	106,6	105	205	135	102,9
Строительные материалы	105,7	105,4	107,8	111	107	109	238	155	
Мебель	103,2	105	105,5	105,4	104,1	108	195	140	106,5
Ювелирные изделия	103	124	101,5	110,8	118	110	288	н/д	

Источник: Белстат

НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ РОЗНИЦА

Статистическое приложение

Динамика количества магазинов крупнейших сетей Республики Беларусь

Сеть	июл 2007	янв 2008	июл 2008	янв 2009	июл 2009	янв 2010	июл 2010	янв 2011	июл 2011	янв 2012	июл 2012	янв 2013	Янв 2014
Пятый элемент	5	7	9	13	16	18	21	23	23	25	26	29	35
ОМА	3	3	3	3	3	3	4	4	5	6	6	9	10
AXIS	4	7	10	11	12	10	10	10	10	10	12	11	13
Палас	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	7	9
Электросила	15	18	26	26	26	27	24	22	16	12	12	19	24
Милавица	12	18	22	30	39	42	44	47	48	50	50	51	52
Мегатоп	0	1	3	6	6	10	15	19	22	22	22	26	57
Буслик	1	3	7	7	10	13	16	16	17	17	18	24	24
ZIKO	0	5	10	20	27	38	54	90	75	62	69	74	79

Источник: Белстат

Удельный вес продажи отдельных непродовольственных товаров отечественного производства торговыми организациями в розничном товарообороте торговли, 2013 г.

	2013 г.			2012 г.			2011 г.		
	всего	в том числе		всего	в том числе		всего	в том числе	
		отечественного производства	иностранного происхождения		отечественного производства	иностранного происхождения		отечественного производства	иностранного происхождения
Верхняя одежда	100	56,8	43,2	100	65,4	34,6	100	71,8	28,2
Трикотажные изделия	100	66,5	33,5	100	75,2	24,8	100	86,8	13,2
Чулочно-носочные изделия	100	83,3	16,7	100	88,5	11,5	100	91,2	8,8
Обувь	100	60,7	39,3	100	67,5	32,5	100	74,9	25,1
Строительные материалы	100	57,7	42,3	100	62,6	37,4	100	66,1	33,9
Парфюмерные и косметические товары и туалетные принадлежности	100	24,5	75,5	100	29,0	71,0	100	30,4	69,6
Синтетические моющие средства	100	42,7	57,3	100	50,5	49,5	100	48,6	51,4
Холодильники и морозильники	100	72,4	27,6	100	74,3	25,7	100	79,2	20,8
Стиральные машины	100	45,3	54,7	100	59,0	41,0	100	68,4	31,6
Телевизоры	100	15,8	84,2	100	32,9	67,1	100	55,3	44,7
Фармацевтические товары	100	26,1	73,9	100	25,5	74,5	100	23,8	76,2
Моторное топливо	100	99,8	0,2	100	99,7	0,3	100	99,2	0,8

Источник: Белстат

НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ РОЗНИЦА

Статистическое приложение

Ключевые финансовые показатели деятельности Топ-10 ОАО сегмента розничной торговли, 1 кв. 2014 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
ДОРОРС ОАО	35,61	35,39	0,16	0,23	0,19	-0,25	0,06	0,10	3172
ВЕСТА ОАО	33,66	31,97	2,47	1,68	0,12	0,67	0,44	2,03	2170
Лиданефтепродукт ОАО	17,57	17,30	0,02	0,27	-0,11	-0,14	0,02	0,00	297
Продтовары ОАО	17,94	17,55	0,24	0,39	-0,06	-0,09	0,03	0,20	1028
Витебские продукты ОАО	18,62	18,69	-0,36	-0,07	-0,13	-0,15	0,00	0,36	1596
Табаквинторг ОАО	18,39	17,89	0,55	0,51	-0,04	0,09	0,11	0,44	693
Дабрабыт ОАОТ	15,77	15,79	0,03	-0,02	-0,08	0,13	0,03	0,00	765
НИКА г.Витебск ОАО	12,61	12,30	0,04	0,30	-0,08	-0,18	0,01	0,03	541
Сахарторг ОАО	12,61	12,68	0,13	-0,07	-0,02	0,21	0,03	0,10	430
Заднепровье ОАО	14,09	14,02	0,11	0,07	0,30	-0,26	0,03	0,08	902

Источник: Минфин

Финансовые индикаторы предприятий сектора за 2012 год.

	Витебские продукты	Дабрабыт	Табаквинторг	ГУМ	Сахарторг	Солигорск торг	ВОСХОД	Универсам Фрунзенский	Универмаг Солигорск	Современные розничные технологии
Финансовый рычаг (заемный/собственный капитал)	1,10	0,29	0,87	1,10	1,43	0,53	0,40	0,14	0,73	1,68
Заемный капитал	16,90	7,08	8,58	11,57	5,17	4,99	3,76	0,24	2,62	7,99
Собственный капитал	15,42	24,37	9,81	10,50	3,62	9,34	9,41	1,78	3,59	4,76
ROA (Чистая прибыль/Активы)	0,43%	5,33%	3,21%	0,97%	0,83%	0,91%	3,78%	1,56%	1,76%	7,74%
Чистая прибыль	0,14	1,68	0,59	0,22	0,07	0,13	0,50	0,03	0,11	0,99
Активы	32,32	31,45	18,41	22,07	8,79	14,33	13,17	2,02	6,21	12,74
ROE (Чистая прибыль/Собственный капитал)	0,91%	6,88%	6,03%	2,05%	2,03%	1,40%	5,29%	1,77%	3,05%	20,75%

Источник: ЮНИТЕР

НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ РОЗНИЦА

Статистическое приложение

Российские франчайзеры и их франшизы в Беларуси

№	Франчайзер и франшиза	Отрасль	Регионы присутствия в Беларуси	Число торговых точек	Страны , где еще работает франшиза
1	Jenavi	Бижутерия и аксессуары	Минск, Гомель, Брест, Гродно, Солигорск, Пинск, Борисов, Молодечно, Барановичи, Лида	27	Казахстан, Молдова, Финляндия, Франция, Украина, Эстония, Австралия
2	«Экспедиция»	Подарки	Минск, Брест, Витебск	13	Молдова, Азербайджан, Казахстан, Украина
3	Сеть магазинов горящих путевок	Отдых и развлечения	Минск, Солигорск, Орша, Гродно, Брест, Борисов, а также собственные офисы - Минск, Могилев, Витебск	10 (также 8 собственных офисов)	Казахстан, Украина
4	Oodji	Одежда	Минск, Витебск, Гомель, Брест	7	Украина, Молдова, Казахстан, Армения, Польша, Словакия, Чехия
5	Tom Farr	Одежда	Минск, Витебск, Барановичи, Брест	7	Казахстан, Украина , Узбекистан
6	Сеть агентств пляжного отдыха «Велл»	Отдых и развлечения	Витебск, Глубокое, Минск, Гродно, Пинске, Жодино (в стадии открытия)	6	Казахстан
7	Concept Club	Одежда	Минск, Гомель, Могилев, Брест	6	Казахстан
8	«Вундеркинд»	Детские франшизы	Минск, Брест, Гродно, Светлогорск, Могилев	6	Казахстан
9	Gulliver	Детские франшизы	Минск, Брест	4	Казахстан, Азербайджан, Украина, Финляндия, Новая Зеландия
10	Fast & Shine	Авто	Витебск, Гомель, Могилев , Минск	4	Украина , Узбекистан, Казахстан, Кыргызстан
11	Newform	Одежда	Минск, Витебск, Могилев	4	Казахстан
12	Orby	Детские франшизы	Минск	2	Казахстан
13	Incity	Одежда	Витебск, Минск	2	Украина, Казахстан, Кыргызстан, Молдова
14	Kristi	Бижутерия и аксессуары	Минск, Молодечно	2	Казахстан
15	«Роза ветров»	Отдых и развлечения	Минск, Полоцк	2	Казахстан, Украина, Азербайджан, Армения, Грузия, Латвия
16	«Штучки, к которым тянутся ручки»	Подарки	Минск	2	Казахстан
17	«Оранжевый слон»	Детские франшизы	Минск, Гомель	2	Азербайджан, Армения, Великобритания, Голландия, Гонконг, Макао, Греция, Грузия, Индонезия, Казахстан, Катар, Ливан, Малайзия, Польша, США, Сингапур, Украина, Филиппины, Чехия, ЮАР, Литва, Латвия, Эстония
18	«33 пингвина»	Кафе и рестораны	Минск	1	Казахстан, Монголия
19	«Инвитро»	Спорт, здоровье, красота	Минск	1	Украина, Казахстан
20	Kawaii Factory	Бижутерия и аксессуары	Минск	1	Казахстан
21	Kira Plastinina	Одежда	Минск	1	Казахстан, Украина
22	1001 тур	Отдых и развлечения	Витебск	1	Казахстан
23	«Провокация»	Одежда	Новополоцк	1	Украина, Казахстан
24	Sun Studio	Услуги для бизнеса	Минск	1	Азербайджан, Болгария, Гонконг, Китай, Грузия, Казахстан, Монголия, Оман, Таиланд, ОАЭ, США, Франция
25	СДЭК	Услуги для бизнеса	Минск	1	Казахстан
26	InfoLife	Недорогие франшизы	Гомель	1	Турция, Украина, Казахстан, ОАЭ, Кыргызстан, Израиль
27	Samura	Подарки	Минск	1	Казахстан
28	«Мосигра»	Подарки	Минск	1	Украина, Казахстан
29	«Календарь подарков»	Подарки	Минск	1	

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.