

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

покупкой которой можно подождать: LCD и плазменные телевизоры, hi-fi. Упали и продажи устройств не первой необходимости, например — массажеров, увлажнителей, соляриев», — отметила Евгения Пармухина, аналитик из исследовательской компании Research Techart. Более защищены сегменты «привычной», «необходимой» техники — электрические чайники, СВЧ-печи, стиральные машины. Однако, как и во многих других сегментах потребительского рынка, спрос будет смещаться в более дешевую категорию, заявляют в Research Techart. «Люди стали отходить от статусных подарков, — пояснил пресс-секретарь „Эльдорадо“ Антон Пантелеев. — Спрос переместился в сегмент бюджетных товаров. Покупают дешевые стиральные машины, холодильники, телевизоры». «В ряде товарных категорий стоит ожидать дальнейшего смещения интереса потребителей в пользу более дешевых брендов, в том числе китайского, белорусского и российского производства», — полагает Максим Клягин из управляющей компании «Финам Менеджмент».

Крайне негативным фактором для рынка стало удорожание потребительских кредитов, за счет которых в 2008 году осуществлялось около 20% продаж, а у «Эльдорадо» — почти 30%. В период вхождения федеральных сетей в регионы банки по соглашению с ритейлерами выдавали даже беспроцентные кредиты с нулевым начальным взносом, что вызвало протесты Федеральной антимонопольной службы, усмотревшей в ситуации ущемление конкуренции и введение в заблуждение потребителя. Впоследствии ставки по кредитам на приобретение техники установились в районе чуть более 20% годовых, однако к настоящему времени они увеличились примерно вдвое. Снижение доходов населения и ситуация на рынке труда не стимулируют покупки в кредит — их количество также упало примерно в два раза. Для повышения спроса «Эльдорадо» и банк Home Credit объявили о запуске акции по страхованию клиентов от потери работы: в случае, если покупатель будет

уволнен во время действия кредитного договора, с финансовой организацией за него расплатится страховая компания. «Боязнь потерять работу является одним из факторов снижения кредитных продаж на рынке. Мы рассчитываем, что наше предложение снимет психологический барьер у части покупателей. Надеемся, что уровень кредитных продаж поднимется на 20%», — заявил гендиректор «Эльдорадо» Игорь Немченко. Впрочем, страховка от увольнения повышает стоимость кредита примерно на 30%.

ПЛАТА ЗА МАСШТАБ Как и во многих секторах, демонстрировавших в последние годы бурный рост, ритейлеры бытовой техники столкнулись с проблемой перекредитованности и роста издержек. Пока основные игроки, за исключением старооскольской группы «Шанс», практически не сокращают ни числа торговых точек, ни площадей. Лишь «Эльдорадо», в частности, закрыло один из своих липецких гипермаркетов — в торговом центре «Москва». Однако сами компании испытывают серьезные финансовые трудности. Некоторые уже сменили владельцев или найдут нового акционера в ближайшее время. То же «Эльдорадо» недавно согласилось передать контрольный пакет финансовой группе PPF, известной в России под брендом Home Credit (один из лидеров потребительского кредитования). Ожидается, что сделка будет завершена в третьем квартале. В PPF Group заверяют, что намерены продолжить развитие сети, но не исключают и оптимизации числа торговых точек.

Тем временем «Техносила» заявляет о планах по увеличению числа магазинов и даже открыла с начала года четыре новые точки (правда, за пределами Черноземья). В то же время известно о проблемах компании с крупными поставщиками из-за растущей кредиторской задолженности. В начале июня отгрузки ритейлеру прекратили, в частности, Panasonic, Sharp, Whirlpool, Pioneer, дистрибуторские компании «Пирит» и Kraftway (на них суммарно могло приходиться до 25% от оборота сети). Еще несколько компаний заявили, что

поставки не приостанавливали, но перешли «в некоторых случаях при закупке ключевых моделей на систему 100%-ной предоплаты». «Если сеть будет такими же темпами погашать задолженность, то за поставки в ноябре прошлого года сможет рассчитаться только к концу текущего года», — сообщил представитель одного из дистрибуторов. В самой «Техносила» прекращение или уменьшение поставок объяснили «процессом оптимизации ассортимента, начавшимся в ноябре прошлого года». Однако «Техносила» удалось восстановить платежеспособности за счет полученного недавно кредита от МДМ-банка на \$161 млн под залог недвижимости и товарного остатка (кредит от МДМ-банка составляет около 50% всего кредитного портфеля торговой сети).

Жертвой перекредитованности стала группа «Шанс». В декабре ООО «Шанс Капитал», SVP-компания группы, допустило техдефолт по выплате первого купона (более 79 млн рублей) дебютного облигационного займа в 1 млрд рублей. В дальнейшем к «Шансу» возникли многочисленные судебные претензии. В арбитражи Москвы, Санкт-Петербурга, Белгородской, Липецкой и Ростовской областей было подано более 35 исков к структурам группы в размере свыше 1 млрд рублей. В результате компания предложила банкам-кредиторам, в частности Номос-банку (ему принадлежало 736,8 млн задолженности «Шанса») и Липецккомбанку, конвертировать просроченные кредиты в долю в ее бизнесе. Одновременно сеть разрабатывает новый бизнес-план, который поможет ей выжить и расплатиться с кредиторами. «Мы планируем уменьшить площади магазинов (сегодня торговая точка «Шанса» занимает порядка 1,5-3 тыс. кв. м. — **ВГ**), а также изменить товарную матрицу в пользу более дешевых товаров, — пояснил член совета директоров «Шанса» Андрей Червов. — В настоящий момент сеть объединяет 20 торговых точек и в ближайший год планирует работать именно с таким количеством магазинов».

«Вероятно, в 2009 году большинство ритейлеров, работающих в секторе бытовой техники и электроники, продемонстрирует отрицательные темпы физического

роста, открыв существенно меньше магазинов, чем в прошлом. Ключевые игроки, естественно, сохраняют позиции, хотя, конечно, возможно изменение их позиций на рынке. Если говорить о розничной торговле, то вполне вероятно, что с рынка будут вынужденно уходить мелкие и средние по масштабам бизнеса компании», — считает Максим Клягин. Эксперт напомнил, что по итогам 2008 года производство бытовых холодильников и морозильников в России выросло на 3,6%, и предположил, что в 2009 году сохранится позитивная динамика. Отметим, что 40% всех выпускаемых в России холодильников и морозильников приходится на завод «СТИНОЛ» в Липецке, входящий в итальянскую Indezit Company.

НАДЕЖДЫ НА ВОССТАНОВЛЕНИЕ Общее падение объемов рынка бытовой техники и электроники по итогам 2009 года, по разным оценкам, составит от 15 до 30%. Снижение продаж будет наблюдаться практически во всем диапазоне товаров: стиральных машин, встраиваемой техники, кондиционеров, утюгов и телевизоров. Например, ожидается, что объем продаж встраиваемой техники сократится почти на 29% в натуральном выражении, объем продаж холодильников — на 25%. Впрочем, эксперты полагают, что восстановление рынка начнется уже в 2010-м. По расчетам Discovery Research Group, в следующем году рост составит 15%, а в 2011-2012-м — 12 и 10% соответственно. Вероятно, оптимизм экспертов разделяют и сами ритейлеры, не отказавшиеся от планов экспансии. Например, крупнейший европейский ритейлер бытовой техники Media Markt (штаб-квартира в Германии) уже после начала кризиса принял решение о вхождении в Воронеж с гипермаркетом площадью 6 тыс. кв. м. Media Markt откроется в торгово-развлекательном комплексе «Арена» площадью более 50 тыс. кв. м, который возводит ООО «Талай» на бульваре Победы. Также компания проявляет интерес к Липецку. ■

FINANCE

ЖЕННАЯ ИПОТЕКА
ТОВАРИТЕЛЬСТВО

FINANCE

FINANCE

реклама

Новый проект в Черноземье
В июле выйдет третий выпуск журнала
Коммерсантъ-Finance