

Экономика региона

Дискаунтеры пришли по доходам

Магазины низких цен — дискаунтеры — переживают небывалый подъем в Сибири. По мнению экспертов, резко выросшая популярность такого формата во многом связана с эпидемией коронавируса, последовавшим за ней экономическим кризисом и изменением стратегии покупателей. На этом фоне у местных ритейлеров есть хорошие шансы опередить федеральные сети и закрепиться на региональных рынках, считают аналитики.

— торговля —

Дискаунтеры предлагают товары по низким ценам, что достигается узким ассортиментом: как правило, товар одной категории представлен одним производителем, часто это собственное производство или местные поставщики. Дискаунтеры экономят и на оплате аренды, выбирая большие помещения с низкой стоимостью, удаленные от мест с большим трафиком. В результате потребитель получает товар с минимально возможной наценкой, при этом невысокая цена не всегда означает плохое качество.

Дискаунтеры наращивают популярность

По данным 2ГИС, с сентября 2017 года по сентябрь 2020-го число дискаунтеров в стране выросло на 24,7% — до 139,6 тыс. объектов. Рост продолжится, уверены эксперты. Генеральный директор «Infoline-аналитика» Михаил Бурмистров ожидает увеличения доли жестких дискаунтеров на рынке продуктовой розницы в деньгах к 2025 году до 4,5% против 2,7% по итогам 2020 года. Весь оборот продуктового рынка за прошлый год Infoline оценивает в 16,3–16,4 трлн руб. Сегмент дискаунтеров и магазинов у дома при этом к 2022 году вырастет с 5,8 до 8,4 трлн руб.

По оценке независимого эксперта по инновациям в ритейле Бориса Агатов, в ближайшие годы жесткие дискаунтеры во всех сегментах будут занимать даже большую долю: в ближайшие три-пять лет она может превысить 20%. «Благоприятным условием для развития дискаунтеров является не столько падение доходов населения, сколько устойчивость большего числа покупателей от брендов. Покупатель просто не видит разницы между покупаемыми брендами, и решающим фактором для него является только цена», — сообщил он NR. — Важно понимать, что жесткий дискаунтер — это в первую очередь удовлетворение спроса на справедливую цену, а потом уже все остальное».

Старший руководитель проектов направления «Оценка и финансовый консалтинг» группы компаний SRG Константин Гнездилов дает более скромные оценки и считает, что доля дискаунтеров в формате FMCG в ближайшие годы состав-



Снижение реальных доходов населения позволяет дискаунтерам наращивать присутствие в регионах

вит 10–12%. По его мнению, сегодня дискаунтеры переживают новую волну популярности в связи с изменениями в национальной экономике на фоне продолжающегося экономического кризиса и пандемии. «Падающие доходы населения в первую очередь отражаются на потребительском поведении, когда главным параметром выступает цена. Так что перспективы у дискаунтеров есть», — говорит господин Гнездилов.

Заместитель директора по связям с общественностью ГК «Обувь России» Наталья Паули подтверждает, что доходы населения падают, и покупатели сегодня стали очень чувствительны к цене. «Мы это наблюдаем и по нашей сети, хотя мы работаем в среднеценовом сегменте. В прошлом году стали чаще проводить промоакции. Акционные товары демонстрируют двукратный и трехкратный рост продаж. На рассрочку платежа приходится до 60% продаж. Рост спроса на этот сервис мы, как правило, наблюдаем в кризис», — говорит она.

По мнению Натальи Паули, сегмент дискаунтеров еще не заполнен. «Для дискаунтеров есть воз-

можность комплектовать ассортимент из товаров локальных поставщиков, развивать собственные торговые марки, за счет чего можно сформировать более привлекательное предложение», — считает госпожа Паули. — С одной стороны, в ближайшие годы нет оснований ожидать быстрого роста реальных располагаемых доходов населения, поэтому дискаунтеры будут востребованы. С другой — наблюдается и другой тренд: рост внимания граждан к своему здоровью и, как результат, к здоровым, свежим продуктам, которые, как правило, по стоимости выше среднего. Поэтому продуктовые сети также активно развивают эти категории товаров».

Преимущества у местных

Первые дискаунтеры начали появляться в Сибири более десяти лет назад. Сегодня в Сибирском федеральном округе сегмент жестких дискаунтеров представлен красноярской сетью «Светофор», крупнейшей по России: в Сибири работает более 200 магазинов сети (больше всего магазинов — более 40 — в Красноярском и Алтайском краях, около 40 — в Кузбассе). Другой популярный дискаунтер — «Низкоцен» — появился в Омской области. Сегодня более 30 гипермаркетов сети работает в Омской

области, 17 — в Новосибирской области, четыре — в Алтайском крае. У федерального дискаунтера «Доброе» 22 магазина в Сибирском федеральном округе, больше всего — в Новосибирской области, Кузбассе и Алтайском крае.

Первый дискаунтер «Хороший» компании «Командор» открылся в 2014 году, сегодня сеть этого сегмента в компании насчитывает более 100 магазинов и представлена в Красноярском крае, Хакасии, Туве и Иркутской области. Федеральная сеть дискаунтеров с фиксированными ценами Fix Price открыла уже более 4000 магазинов по России и миру, из них 350 — по франшизе. Более 200 магазинов сети работают в городах Сибири, больше всего — в Новосибирске (70 филиалов, по данным 2ГИС) и Омске (56 филиалов). В начале февраля сеть анонсировала появление новой ценовой категории — 249 рублей — и заявила о расширении ассортимента.

На открытие магазинов в формате дискаунтеров взяли курс и федеральные представители FMCG. «Марнит» запустил 16 дискаунтеров под брендом «Моя цена» в центральной части России и планирует увеличить их количество до 100 к концу года. X5 Retail Group в конце 2020 года открыла в Москве четыре дискаунтера «Чижик» (если тестовый запуск бу-

дет успешным, магазины масштабируют по всей стране). Сеть гипермаркетов «Лента» выбрала для открытия пилотных площадок города Сибири: в начале 2021 года в Новосибирске и Барнауле на месте супермаркетов «Лента» после реконструкции были открыты магазины «365+». «Это наш эксперимент, мы хотим протестировать новый формат. Оба магазина появились на месте супермаркетов. Они имеют торговую площадь примерно 375 кв. м, ассортимент насчитывает 1,6 тыс. товарных позиций, 60% — собственные торговые марки компании, 40% — локальные и федеральные бренды», — рассказал «Б» представитель «Ленты» Тимофей Гончарук. — Результаты пилота будут подведены в первой половине 2021 года».

По мнению руководителя проекта «Яндекс.Маршрутизация» Даниила Шелехова, в Сибири и других регионах у местных ритейлеров есть хороший шанс опередить федеральные торговые сети, которым потребуются больше времени на перестройку и открытие новых дискаунтеров. «Преимуществом локального бизнеса станет уже готовая инфраструктура, включающая в себя наличие помещений и контрактов с поставщиками», — считает он.

При этом рост популярности жестких дискаунтеров, в том числе

и в регионах, Данил Шелехов связывает со сменой покупательских предпочтений, которому поспособствовали COVID-19 и сами ритейлеры. «Во время первого локдауна крупные торговые сети предложили покупателям новые способы доставки и усовершенствовали уже существующие, включая доставку от 15 минут до нескольких часов», — пояснил спикер. — По нашим данным, 70% федеральных торговых сетей внедрили один из новых способов доставки, тогда как еще в начале года эта цифра держалась на уровне 30%. В результате у потребителей сформировалась новая привычка совершения покупок с помощью доставки, тогда как торговый зал хоть и не перестал быть главным источником прибыли, но существенно потерял в показателях, говорит он. «Ритейлеры задумались над способами уменьшения сопутствующих расходов, которые несет за собой содержание помещений, оформление витрин и содержание персонала. Ответом стал новый виток популярности жестких дискаунтеров. Дискаунтеры стали своеобразным промежуточным звеном между дарксторами, откуда осуществляется доставка, и торговыми залами», — считает эксперт.

Маргарита Делидович

Офисы становятся гибче

— инфраструктура —

новых локаций и изменения уровня цен. И как раз в конце 2019 года сразу в нескольких регионах России открылись коворкинги с ценой аренды рабочего места, позволяющей рассматривать «коворкинг в регионе» как экономически целесообразный проект. Это стало определенным маркером для нас. Когда подтвердилось предложение забрать в полное управление новосибирский «Простор», мы оперативно согласовали все условия с прежним владельцем и открыли четвертый регион присутствия нашей сети», — рассказал «Б» исполнительный директор компании «Практик» Владимир Дорощев.

По его словам, практически по всем отраслям экономики РФ можно обозначить три региональных сегмента с разной динамикой развития: столицы (Москва и Санкт-Петербург), крупные города с численностью жителей от 700 тыс. и все остальные. «В отрасли гибких офисных пространств лаг между

первым и вторым сектором примерно в 2–2,5 года. Те локация, что открываются в Сибири сегодня, во многом похожи на формат, превалявший в Москве и Санкт-Петербурге в 2017–2018 годах, — это компактные локация на 300–500 кв. м с крайне скудной сервисной составляющей и соответствующей низкой ценой (6–8 тыс. руб. за рабочее место в месяц). Но постепенно появляются «молодые и жизнеспособные», что рискуют и выводят на рынок форматы с более насыщенным сервисом и просят за него более 10 тыс. руб. Это определенным образом стимулирует взрослых региональных рынка коворкингов, привлекает локальных инвесторов к запуску новых проектов, но эти шаги пока очень осторожные и едва заметные», — прокомментировал господин Дорощев.

С момента запуска «Практик Новосибирск» подготовил план реконструкции локация с увеличением количества посадочных мест до 258 и приведением ее к единому формату сети, реконструкция

началась в середине марта. Крупнейшим резидентом коворкинга стал международный строительный концерн Renaissance, который 1 марта занял на старте 42 рабочих места с перспективой увеличения до 95 мест к середине года. «Также мы завершаем переговоры с подразделением крупного российского банка — в апреле-мае они планируют занять 105 рабочих мест на площадке», — рассказал Владимир Дорощев. В планах компании — увеличить существующую локацию до 2200 кв. м (480 рабочих мест), открыть еще одну локацию в Новосибирске и выйти в другие города Сибири — Иркутск, Красноярск, Томск и Омск.

Развитие новых форматов

Гибкие офисы постепенно расширяют спектр услуг, который теперь не ограничивается только предоставлением рабочего места. По данным исследования PwC, акцент и дальше будет смещаться с квадрат-

ных метров на сопутствующие услуги, предоставляемые арендатору (space-as-a-service). Например, уже сегодня некоторые гибкие офисы в Сибири предлагают услуги офис-менеджеров, бухгалтеров и юристов. Помимо круглосуточного доступа к рабочему месту с интернетом и телефоном, арендаторы получают кофе, фрукты и снеки. Одна из локаций COWO в Новосибирске работает по принципу foodworking, где не надо платить за аренду рабочего места, а нужно оплачивать питание, внести сумму на депозит и тратить ее на еду и напитки.

Владимир Масленников говорит, что постепенно расширяется доля сегментированных коворкингов, к примеру, появились специализированные рабочие пространства для предпринимателей, представителей IT-индустрии, beauty-комплекс и т.п.

Владимир Дорощев рассказывает еще о двух популярных форматах, которые прижились в Москве и постепенно придут в регионы. Первый из них — хот-дескинг

(использование одного арендованного рабочего места для посменной работы нескольких сотрудников). «Эта опция родилась в ковидный период и, полагаем, останется с нами навсегда. Сотрудники, переведенные на частичную удаленку, имеют возможность посещения офиса компании, располагающийся в коворкинге, чередуя работу в разные дни со своими коллегами. Это позволяет существенно сократить издержки на аренду офиса, но при этом обеспечить всех сотрудников возможностью «поработать в офисе», — поясняет он. Вторая актуальная в будущем услуга — создание единого абонеента на посещение локаций от разных операторов в почасовом или подневном формате. Так клиенты не привязаны к одному месту и даже городу и смогут выбирать, где им удобнее поработать. По словам господина Дорощева, пока такие услуги действуют только внутри сетей, но не исключено, что на рынке появится единый агрегатор, который сможет объединить работ-

кинги разных владельцев и разрабатывать единый тариф.

По мнению Ильи Кашковско-го, коворкинги будут пользоваться спросом со стороны крупных компаний и станут подстраиваться под их нужды, предоставляя отдельного офис-менеджера, отдельный контур системы контроля доступа и др. «Лучший формат сегодня объединяет все тренды рынка — закрепленные места, мини-офисы, краткосрочную аренду, переговорные — и готов трансформироваться», — прокомментировал господин Кашковский.

Рынок гибких офисных пространств в Сибири имеет большой потенциал для развития, а появление крупных федеральных игроков может подтолкнуть местный бизнес к развитию отрасли, говорят эксперты. Это увеличение площади, расширение списка услуг и повышение их качества. Ожидается, что в этом случае вырастут и цены на использование коворкингов, отмечают участники рынка.

Маргарита Делидович