



Исследование:
Ритейлеры нарастили
площади

Мария Локтионова:
«Мы развенчаем миф о
консалтинге в Украине»

Мониторинг поставщика
и цепочки поставок

С праздником, дорогие женщины!



ГОЛОВНА ПОДІЯ ЛОГІСТИЧНОГО РИНКУ УКРАЇНИ

22 березня 2011, Київ

ПАРТНЕР ФОРУМУ



П'ятий ювілейний міжнародний **LOGISTICS FORUM 2011***

ОСНОВНІ ПИТАННЯ ПРОГРАМИ ФОРУМУ:

- Тренди, що впливають на ланцюги постачання і логістику в Україні
- Розвиток майбутнього лідерства в управлінні ланцюгами постачання. Заходи, які застосовуються сьогодні торговельними мережами та виробниками
- Практичні рішення в управлінні товарними запасами
- Прогнозування та планування закупівель на короткочасні та довготривалі періоди
- Управління ефективністю ланцюгів постачання через взаємодію виробник-дистрибутор-оператор-рітейлер
- Бюджетування в логістиці. Роль та місце логістики в формуванні прибутків компанії
- Управління витратами, нові способи покращення аналізу витрат
- Попитоорієнтовані ланцюги постачання на нестабільних ринках. Стратегії реагування і надійності
- Прогнозування, моделювання і планування ланцюгів постачання
- Контролінг в ланцюгах постачання: аналіз ризиків, KPI
- Ефективні способи мотивації логістичного персоналу
- Митне регулювання і його вплив на ланцюги постачання. Досвід співпраці з митницею
- Місце логістичної інформаційної системи в загальній інформаційній системі компанії
- Практичні приклади впровадження IT рішень в логістичну систему компанії
- Ефективне встановлення взаємозв'язків між відділами компанії (виробництво, маркетинг, продажі, закупівлі, фінанси, IT, склад.)

ХТО ПРИЙМАЄ УЧАСТЬ?

150 + керівників та спеціалістів з логістики із компаній виробників, імпортерів, дистрибуторів та роздрібних мереж

ХТО ВИСТУПАЄ?

30 доповідачів та експертів-практиків з українських та міжнародних компаній

ЯКИЙ ФОРМАТ?

- Доповіді
- Дискусії
- Фокус сесії
- Неформальне спілкування з колегами

Кожний учасник форуму отримає унікальний сертифікат участі у 5-тому ювілейному **LOGISTICS FORUM!**



ФІНАНСОВО-АНАЛІТИЧНИЙ ПАРТНЕР



ГЕНЕРАЛЬНИЙ СПЕЦІАЛІЗОВАНИЙ ПАРТНЕР



СПЕЦІАЛІЗОВАНИЙ ПАРТНЕР



ОФІЦІЙНИЙ ГАЛУЗЕВИЙ ПАРТНЕР



3 питань реєстрації на форум:

Телефон: (044) 467 55 75

e-mail: info@meetingpoint.com.ua

Детальна інформація на сайті

www.meetingpoint.com.ua

ІНФОРМАЦІЙНІ ПАРТНЕРИ



* Логістичний форум 2011

| | |
|--|-------|
| Сеть «DЦ» будет подвержена ребрендингу и переименована в магазины Watsons | 4 |
| Оборот розничной торговли в странах СНГ в 2010 году вырос на 5,6% | 5 |
| Мнение: Активы украинских ритейлеров интересуют потенциальных инвесторов | 6 |
| Жители Киева половину своих доходов тратят на еду | 7 |
| Microsoft разработал новую программу для ритейлеров | 8 |
| Сеть «Фаворит» уходит с розничного рынка | 9 |
| Супермаркет «Сільпо» откроется в торгово-офисном центре «Silver Breeze» в Киеве | 10 |
| Компания «Авангард» планирует выйти на российский розничный рынок | 11 |
| Торговая сеть E.Leclerc наторговала 31 млрд евро в 2010 году | 12 |
| До 2015 года Tesco будет самым динамичным ритейлером в мире | 13 |
| «АТБ» довел количество своих магазинов до 450 | 13 |
| Компания «Агелес» расширила информационную систему Fozzy Group на базе SAP | 14 |
| Исследование: Страны БРИК станут доминирующим продовольственным рынком в 2015 году | 16 |
| Мария Локтионова: «Мы развенчаем миф о консалтинге в Украине» | 18-19 |
| Продовольственные ритейлеры в 2010 году нарастили суммарную торговую площадь | 20-21 |
| Стратегия качественной поставки - мониторинг поставщика и цепочки поставок | 22 |
| Нужен ли Wi-Fi в супермаркете? | 24 |



В 2011 году работодатели будут искать рабочих и продавцов

стр. 5



АМКУ просит ритейлеров снизить цены на подсолнечное масло

стр. 12

AllRetail

Дайджест All Retail - электронное еженедельное издание о ключевых тенденциях и закономерностях развития рынка розничной торговли Украины и других стран.

Контактная информация

Тел. +38 (044) 383 01 09

+38 (067) 370 68 42

e-mail: office@allretail.com.ua

Наш сайт - <http://allretail.com.ua/>

По вопросам рекламы в дайджесте

обращайтесь по e-mail: pr@allretail.com.ua

или телефону +38 (050) 671 19 82

Дайджест был подготовлен администрацией портала All Retail исключительно в целях информации и основан на собственных или предоставленных нам материалах из источников, которые мы считаем надежными и достоверными. Информация, представленная в этом дайджесте, не должна быть истолкована, прямо или косвенно, как информация, содержащая рекомендации по инвестициям. Ответственность за содержание рекламы несет рекламодатель.

Сеть «DЦ» будет подвержена ребрендингу и переименована в магазины Watsons

Компания «Аснова Холдинг» продала свои 35% акций сети «DЦ» владельцу остальных акций – китайской A.S. Watson Group. Владельцы сети объявили о начале ребрендинга с марта 2011 г., - пишет «Дело».

Один из крупнейших мировых операторов парфюмерно-косметического рынка A.S. Watson Group приобрела 65%-ный пакет розничной сети «DЦ Украина» у украинской компании «Аснова Холдинг» в 2006 году. В декабре 2010 года A.S. Watson Group докупил осталь-

ные 35% акций «DЦ». После этого A.S. Watson Group решил провести ребрендинг сети «DЦ». В течение следующих 5 лет в развитие бизнеса будет инвестировано 300 млн. грн.

С марта 2011 г. «DЦ» получает имя всемирно известного бренда Watsons.

«Процесс ребрендинга будет включать в себя ребрендинг сети магазинов, рекламную кампанию с целью обновить позиционирование сети и в кратчайшие сроки сформировать знание и понимание отличия

магазинов Watsons от остальных участников украинского рынка», - сообщают в компании.

Также будет запущена новая, бонусная программа для постоянных клиентов – Watsons Club, которая постепенно заменит нынешний дисконтный «DЦ Клуб».

Справка:

«DЦ» - это сеть магазинов товаров удобного быта, косметики, парфюмерии и личной гигиены формата drogerie. Первый магазин сети «DЦ» был открыт в 1997 году в Киеве.

С 2006 г. под управлением A.S. Watson Group сеть «DЦ» выросла со 112 до 212 магазинов; планируется открыть еще 60 новых магазинов по всей стране только в этом году, в общей сложности достигнув показателя в 500 магазинов в течение пяти лет.

Корпорация A.S. Watson основана в 1828 году. В нее входит более 8,3 тыс. розничных магазинов в 34 странах мира в Западной и Восточной Европе, Азии и на Филиппинах.

На момент покупки «DЦ Украина» ее стоимость оценивалась в \$150-200 млн.



Сеть Biedronka все еще рассматривает Украину как потенциальный рынок

Португальский торговый концерн Jeronimo Martins, которому принадлежит сеть дискаунтеров Biedronka, уже в 2012 году может начать экспансию на новых рынках. На текущий же год компания планирует продолжение развития на рынке Польши. Как сообщили представители сети Biedronka, в данный момент проводится комплексный анализ новых зарубежных рынков, на которые возможен выход ритейлера – Белоруссии, Украины, Чехии и Словакии. Сеть Biedronka насчитывает более 1650 магазинов и около 30 аптек, расположенных в разных регионах Польши.

Крупнейшие сети дискаунтеров Германии 2010

Компания Planet Retail опубликовала список самых оборотистых торговых операторов Германии, работающих в формате «дискаунтер». Согласно данным исследования, вот уже который год подряд

безоговорочное лидерство в стране удерживает компания Aldi Group, развивающая сеть одноименных магазинов. Вторую позицию занимает сеть Lidl, за которой следует Edeka Group.

| № | Компания | Товарооборот 2009, млрд евро | Количество магазинов, 2009 |
|---|-----------------------|------------------------------|----------------------------|
| 1 | Aldi Group | 24,440 | 4 283 |
| 2 | Lidl | 15,125 | 3 159 |
| 3 | Edeka Group | 12,258 | 4 570 |
| 4 | Rewe Group | 7,699 | 2 395 |
| 5 | Norma | 2,360 | 1 244 |
| 6 | Dansk Supermarked A/S | 1,156 | 307 |

Данные: Planet Retail

В 2011 году работодатели будут искать рабочих и продавцов



В 2011 году у украинских компаний будут пользоваться спросом рядовые сотрудники по рабочим специальностям, а также менеджеры по продажам. Также ожидается рост запросов на специалистов по маркетингу и рекламе, в то же время спрос на IT-специалистов может уменьшиться, - прогнозирует консалтинговая компания H-aRt.

По данным экспертов компании, на рынке наблюдается определенное оживление, в том числе открытие новых точек продаж и расширение производственных мощностей. Это свидетельствует о том, что компаниям будут нужны рядовые работники.

При самых скромных ожиданиях рост предложений вакансий по таким специальностям составит порядка 10-12% в 2011 году по отношению к 2010.

«Популярные профессии, на которые ожидается повышенный спрос это высококвалифицированные рабочие: электросварщики, слесари, токари, и другие представители рабочих специальностей, а также продавцы, водители и повара. Нельзя утверждать, что в текущем году все будет радужно, но тенденции, которые мы наблюдали в 2009 году, уже не ожидаются», - говорит Мария Локтионова исполнительный дирек-

тор компании H-aRt.

По словам эксперта, тенденции к увеличению спроса на такие вакансии наметились еще в прошлом году. Так по данным Государственной службы занятости уровень трудоустройства незанятых граждан, зарегистрированных на бирже труда, увеличился до 40% против 30% в 2009 году.

Справка All Retail:

Международная компания H-aRt предоставляет услуги в области управленческого консалтинга.

Работает на рынке с 2007 года и на сегодня является одной из крупнейших в отрасли консалтинговых услуг Украины.

В 2010 году H-aRt признана компанией года в номинации «Управленческий консалтинг» всеукраинского конкурса «Лучший отечественный товар».

Среди клиентов компании: «Райффайзен Банк Аваль», «АЛЛО», ФК «Динамо Киев», FOZZY Group, «Мега-Макс», «Интергал-буд», сети «METRO Cash&Carry», «Сильпо», СП «Эпицентр», Ужгород П.С.Ю. (франшиза «Вopak»), «Космо», ТМ «Нежин» и другие.

Оборот розничной торговли в странах СНГ в 2010 году вырос на 5,6%

Розничный товароборот в странах СНГ в 2010 г. вырос в среднем на 5,6% по сравнению с показателем 2009 г. Об этом сообщил Межгосударственный статистический комитет СНГ, - пишет «РБК». При этом самые высокие темпы роста наблюдались в Белоруссии - на 17,5%, самые низкие в Армении - на 0,8%. Единственной страной, где оборот розничной торговли в прошлом году снизился, стала Киргизия - там зафиксировано снижение показателя на 2,5%. Россия по итогам прошлого года занимала предпоследнее место среди стран СНГ по темпам роста оборота розничной торговли (4,4%).

В Киеве откроется новый супермаркет сети «Перекресток»

Сегодня, 3 февраля, состоится открытие нового супермаркета сети «Перекресток» в Киеве. Он будет расположен в Подольском районе столицы по адресу ул. Вышгородская, 45 - а/5, в жилом комплексе «Парковый город».

Площадь торгового зала нового магазина составит около 450 кв.м. В ассортименте супермаркета будут представлены товары категорий FRESH, FOOD, NON -FOOD - всего около 5000 наименований товаров.

В магазине будет действовать программа лояльности «Клуб Перекресток Украина».

Праздничное открытие магазина состоится 26 февраля и будет приурочено к празднику «Масленицы». К праздничному открытию будет приурочена акция «Получи свой килограмм икры», которая стартует с 9.02.2011 г. На открытии будет разыграны призы к масленице: продуктовые наборы, 100 банок красной икры, главные призы - бочонок красной икры, бочонок меда, бочонок грибов; бочонок солений, охлажденный осетр.

Отметим, что новый магазин «Перекресток» в Киеве станет уже 7-ым по счету супермаркетом в составе этой сети в Украине.

Мнение: Активы украинских ритейлеров интересуют потенциальных инвесторов

Среди наиболее привлекательных украинских рынков, на которых будет сфокусировано внимание инвесторов, эксперты в один голос называют АПК, ритейл и пищевую промышленность, - сообщает «Дело».

«В преддверии отмены моратория на продажу сельскохозяйственной земли в украинском сельском хозяйстве на слуху слово «консолидация», — говорит Джон Мароне, финансовый эксперт аналитической компании Mergermarket.

По его словам, иностранные инвесторы уже полностью или частично владеют долями в топ-60 крупнейших украинских агрохолдингов. Владислав Остапенко, глава

отдела корпоративных финансов и M&A компании «Эрнст энд Янг» в Украине, считает, что крупных сделок в АПК не произойдет, но их будет много. Пока никто из больших агрохолдингов не заявлял о желании продаться, скорее сделки будут происходить с целью консолидации земельного банка. «Среди компаний, которые могут рассматривать привлечение инвестора, есть и крупная — «Укррос». Но не факт, что сделка может быть заключена в текущем году», — уточнил эксперт. Активными покупателями будут украинские агрохолдинги, которые ранее заявляли о своем желании увеличивать земельный банк — МХП, «Агротон»,

«Мрия».

Не исключают эксперты активизации и в ритейле. И если в розничном секторе основные сделки в 2010-м проходили в Западной и Центральной Украине, то в 2011 году ожидается больше активности в этом секторе на востоке и юге страны. По мнению Владислава Остапенко, возможны сделки в пятерке лидеров. Напомним, о планах привлечения инвестиций в свое время заявляли собственники «Великой Кишени» и «Фуршета». Муссировалась информация о вероятной продаже акций сети «АТБ-маркет».

Глава Tesco призвал руководителей государств внедрять энергосберегающие технологии



Сэр Тэрри Лихи, руководитель крупнейшего британского ритейлера Tesco, на 41-ом Всемирном Экономическом Форуме в Давосе обратил внимание руководителей государств на то, какую важную роль играет сегодня сотрудничество властей с частными компаниями в вопросах развития энергосберегающих технологий. По его мнению, на пути масштабной реализации таких проектов стоит бюрократический аппарат.

Одновременно Тэрри Лихи объявил об открытии двух новых магазинов Tesco, которые будут работать по формуле «ноль угля». Первый из них будет открыт в Таиланде, а второй – в Чехии.

Auchan планирует развивать новую сеть магазинов у дома

Французский торговый оператор Auchan вынашивает идею развития сети магазинов у дома под вывеской «A 2 Pas» («В двух шагах»). Новая концепция торговых точек будет предусматривать ассортимент, основой которого станут продукты питания.

Планируется, что первый магазин A 2 Pas будет открыт в феврале в парижском районе Менильмонтан (Ménilmontant). Он будет расположен на первом этаже жилого дома и будет иметь площадь 550 кв.м. Ассортимент торговой точки составит около 5,5 тыс. наименований товаров.

По замыслу маркетологов сети Auchan, магазины A 2 Pas должны стать местом для ежедневных и комфортных покупок и, кроме того, экономить время и деньги покупателей. Львиную долю товаров здесь будут составлять продукты под собственными торговыми марками.

В планах руководителей Auchan - открыть около 50 новых магазинов у дома до 2015 года. Компания уже располагает несколькими подходящими площадками в Париже и пригородах, на которых и будет в 2011 году тестироваться новая концепция магазинов.



Жители Киева половину своих доходов тратят на еду

По данным Украинской Торговой Гильдии, основная часть расходов жителей Киева (41%) приходится на продукты питания. Следующая существенная статья расходов – коммунальные платежи (15%). Замыкают тройку лидеров – транспортные расходы. На проезд киевляне тратят около 8%, - пишет «Дело».

Также в UTG сравнили долю продуктов питания в общем размере потребительских трат киевлян. По сравнению с 2007 годом, доля потребительских трат возросла, с 68% до 73%. При этом доля продуктов питания в этих расходах снизилась. Если в 2007 году это было 47%, то в 2011 – 41%.

По словам руководителя направления маркетинговых исследований UTG Виктории Забузовой, данные отчёта свидетельствуют об улучше-

нии общего благосостояния киевлян, что проявляется в увеличении свободной доли трат.

Среднее распределение трат семейного дохода жителей Киева

| | |
|--|-------|
| Продукты питания | 40,8% |
| Коммунальные платежи, включая связь (телефон, моб.телефон, Интернет) | 15,2% |
| Обувь, одежда, галантерея | 13,6% |
| Проезд (по городу, междугороднее сообщение, бензин для автомобиля) | 7,5% |
| Другие покупки | 6,3% |
| Большие покупки (мебель, бытовая техника и электроника, строительно-хозяйственные товары и т.д.) | 5,1% |
| Парфюмерия/Бытовая химия | 3,8% |
| Развлечения | 3,4% |
| Сбережения | 4,3% |

В Севастополе откроется гипермаркет «Велмарт»



Как сообщили в пресс-службе компании ОАО «Ритейл Групп», 18 февраля 2011 г. в Севастополе по ул. Вакуленчука, 29 (ТРЦ «Муссон») откроется 4-й гипермаркет сети «Велмарт». Этот магазин ранее работал под вывеской сети «Велика кишеня», но в рамках процесса по рестайлингу ему было дано новое имя.

По формату «Велмарт» – дисконтный гипермаркет. Концепция гипермаркета «Велмарт» предусматривает продажу широкого ассортимента товаров по низким ценам большому количеству покупателей. В целом ассортимент магазина будет насчитывать около 27 тыс. товарных позиций.

«Собственно, на сумму, которую покупатель тратит на покупки в дру-

гих магазинах, «Велмарт» предлагает на 15-20% товаров больше. В этом и есть главная особенность дисконтного гипермаркета и его преимущество над другими форматами, – говорит Реуцкий Сергей, директор департамента по операционному управлению сети «Велмарт».

Отметим также, что общая площадь нового «Велмарта» составляет 5500 кв.м., также возле него обустроена парковка на 350 машиномест. В магазине будет работать 260 человек персонала.

Напомним, первые три гипермаркета «Велмарт» открылись ранее в Ровно, Ивано-Франковске и Полтаве. На протяжении 2011 года гипермаркеты «Велмарт» откроются еще в 4 больших городах Украины.

«Колибрис» открыл новый супермаркет

В январе текущего года в Луцке открылся новый супермаркет торговой сети «Колибрис». Он расположен по адресу ул. Воинов-Интернационалистов, 7. Торговая площадь объекта составляет около 250 кв.м., в магазине действуют 3 расчетно-кассовых узла.

Отметим, что ранее в упомянутом здании располагался магазин сети «Смачно».

Ранее All Retail сообщал, что представители сети «Колибрис» ведут переговоры о покупке трех магазинов сети «Смачно», расположенных в Волынской области.

Справка All Retail:

Сеть супермаркетов «Колибрис» на конец 2010 года состояла из 17 магазинов, расположенных в Западной Украине. Компания входит в состав ООО «Торговый Дом Аванта», которая также развивает сеть дискаунтеров «Наш!» (6 магазинов на конец 2010 года).



Microsoft разработал новую программу для ритейлеров



Компания Microsoft объявила о выходе на рынок программного обеспечения Microsoft Dynamics AX for Retail R2, которое является преемником классической версии этой системы. Новое ПО предназначено для больших и средних предприятий сферы торговли. Программа позволяет эффективно управлять сетью магазинов, складскими запасами и цепочками поставок, а также пред-

лагает широкие возможности в мерчандайзинге и сфере финансовых операций.

«Компании из сектора ритейла обязаны постоянно мониторить предпочтения своих клиентов, которые все больше используют благи сети интернет. Торговые операторы должны действовать еще более оперативно и эффективнее, чтобы завоевать лояльность потребителей,

- сказал Кирилл Татаринов, корпоративный вице-президент Microsoft Business Solutions. Microsoft обеспечивает ритейлеров решениями, которые позволят им эффективно действовать в актуальных рыночных условиях», - добавил топ-менеджер.

Новая версия Microsoft Dynamics AX for Retail R2 дает возможность централизованного управления и получения комплексной информации о клиентах, предлагает готовые механизмы для интеграции кассовых терминалов. Другим преимуществом данного ПО является многоязычность, что особенно ценится компаниями, работающими на рынках разных стран. Всего теперь поддерживается 50 стран, где можно использовать продукт - тогда как в первой версии поддерживалось всего 16 стран, среди которых не было ни России, ни Украины.

Henkel меняет визуализацию

Один из крупнейших мировых производителей мощных средств и предметов личной гигиены - компания Henkel - изменит свой логотип, а также корпоративный девиз. Теперь он будет гласить «Henkel - Excellence is our passion» (Henkel - Совершенство - это наша страсть). Внедрение новой эмблемы Henkel начнется в текущем месяце: его можно будет увидеть в прессе и в интернете.

«Новый девиз полностью характеризует нашу компанию, наши бренды и людей, работающих в Henkel: стремление к совершенству во всех сферах деятельности. Совместно с новой системой визуальной идентификации, этот девиз будет способствовать дальнейшему укреплению бренда Henkel в мире», - говорит Каспер Рорстед, глава Совета директоров компании.

Ключевым элементом бренда Henkel является знаменитый логотип, который имеет многолетнюю историю. Овал в корпоративном красном цвете впервые появился на упаковке продукции Henkel в 1907 году, а название Henkel было помещено в него в 1920 году.

Оборот розничной торговли в Киеве составляет 13% от общегосударственного оборота



За весь 2010 г. оборот розничной торговли, включающий розничный товарооборот предприятий-юридических лиц Киева, осуществляющих деятельность по розничной торговле, по отношению к 2009 г. увеличился на 6,9% - до 68411,1 млн грн, что составляет 12,9% от общегосударственного оборота розничной торговли, - сообщают JeyNews.

По данным Госуправления ста-

тистики в г. Киеве, среднемесячный оборот розничной торговли на душу населения за январь-декабрь 2010 года составил 2046,9 грн. по г. Киеву против 960,7 грн. по Украине.

Оборот ресторанного хозяйства с учетом оборота как предприятий-юридических лиц, так и физических лиц-предпринимателей составил 2793,0 млн.грн. и по отношению к январю-декабрю предыдущего года уменьшился на 4,6%.

За январь-декабрь 2010 г. розничный товарооборот предприятий - юридических лиц, осуществляющих деятельность по розничной торговле и ресторанного хозяйства, сравнительно с январем-декабрем 2009 г. увеличился на 6,2% - до 50090,8 млн.грн.

По сравнению с предыдущим месяцем розничный товарооборот предприятий за декабрь 2010 г. увеличился на 19,7% и составил 5160,7 млн.грн, что на 10,8% больше, чем за декабрь 2009 г.

Сеть «Фаворит» уходит с розничного рынка

Предприниматель Олег Бахматюк вышел из розничного бизнеса. Принадлежащая ему продуктовая сеть «Фаворит» перешла за долги банкам, которые в свою очередь передали магазины в аренду другому оператору – «Пакко», – пишет «Коммерсантъ». Господин Бахматюк сосредоточится на развитии агробизнеса, который сейчас более прибыльный.

О выходе из состава акционеров продуктовой сети «Фаворит» Олег Бахматюк вчера рассказал в ходе форума «Россия-2011», организованного ИК «Тройка Диалог». «Сеть перешла банкам за долги, а те передали ее в аренду компании «Пакко». Мы полностью уходим из розничного бизнеса и избавляемся таким образом от долгов», – пояснил он.

По данным высокопоставленного источника на рынке, долговая нагрузка сети «Фаворит» составляла примерно 160 млн грн перед VAB Банком, Кредитпромбанком и Ощадбанком. «Количество объектов, которые объединял «Фаворит» на конец прошлого года, было около 60, из них 45 – в собственности. Но работающих точек было около 20», – добавляет собеседник. Выручка компании за девять месяцев 2010 года составила 235,71 млн грн, чистая прибыль – 27,32 млн грн.

Вчера в VAB Банке, Кредитпром-

банке и Ощадбанке не смогли предоставить комментарии. В «Пакко» комментарии также не предоставили. Но ранее зампред правления компании Олег Мерченко говорил, что компания ведет переговоры с «Фаворитом» о переуступке прав аренды на некоторые торговые точки.

О проблемах в розничном бизнесе Олег Бахматюк заявлял летом прошлого года. «Фаворит» испытывал проблемы с реструктуризацией долгов перед банками, в залоге у которых находилась недвижимость. В «Фаворите» рассматривали два пути решения вопроса – продать розничную сеть или продать недвижимость. По данным участников рынка, «Фаворит» занялся поисками инвестора около двух лет назад. «Но ожидания по стоимости сети у собственников были на уровне докризисных цен. Походив так по рынку около года, компания начала предлагать отдельные точки», – говорит топ-менеджер в одной из сетей.

«Фаворит» был одной из первых сетей, кто начал развивать формат супермаркетов в Ивано-Франковске, говорит директор ИК Citadel Capital Дмитрий Симовник. «Однако сеть не смогла воспользоваться этим преимуществом после того, как на рынок начали выходить конкуренты. Половина из работающих магазинов находилась не в очень хороших местах», – говорит господин Симовник.

Господин Бахматюк говорит, что



ритейл ему больше неинтересен. «Во-первых, у нас нет профессионального менеджмента для этого направления. Во-вторых, мы пережили болезнь бизнесменов постсоветского пространства, стремящихся заниматься всем и сразу. Я полностью вышел из энергетических активов и розничного бизнеса, остался только аграрный сектор и банк «Финансовая инициатива», – поясняет господин Бахматюк.

Заработки в аграрном бизнесе выше, чем в ритейле. «Если в первом случае EBITDA составляет 20-30% от оборота компании, то во втором – всего 5-10%», – говорит господин Симовник. Тем более сейчас интерес к аграрному сектору растет, тогда как розничный бизнес только начинает выходить из кризиса, добавляет эксперт.

Сеть «ЕКО-маркет» открыла 23-ий супермаркет в Киеве



Национальная сеть супермаркетов «ЕКО-маркет» 17 февраля открыла новый магазин в столице Украины. Он расположен по адресу ул. Декабристов, 7. Торговая площадь магазина составляет около 300 кв.м. Он работает в с

8 часов утра до 23 часов вечера.

Это уже 23-ий супермаркет сети «ЕКО-маркет» в Киеве.

Отметим, что по состоянию на конец 2010 года, сеть «ЕКО-маркет» насчитывала 68 магазинов, расположенных в 14 областях Украины. В планах компании на 2011 год открытие около 20-30 новых торговых точек. В ближайшее время ожидается открытие нового «ЕКО-маркета» в г. Димитров Донецкой области.

Сеть «Рукавичка» откроет новый магазин в Червонограде

Львовский ритейлер «Львовхолд» (развивает сеть «Рукавичка») 19 марта текущего года откроет свой новый магазин в г. Червоноград. Он будет расположен по адресу ул. Степана Бандеры, 11. Торговая площадь объекта составит около 200 кв.м. Отметим, что это будет уже вторая «Рукавичка» в Червонограде и 43-ий магазин в составе этой сети в целом. Кроме магазинов «Рукавичка», в Червонограде также работают магазины сетей «Барвінок», «Київ-Захід» и «Вopak».

Супермаркет «Сільпо» откроется в торгово-офисном центре «Silver Breeze» в Киеве

Как сообщили portalу All Retail в пресс-службе московского офиса компании Jones Lang LaSalle, в августе 2012 года в Киеве состоится открытие нового торгово-офисного центра «Silver Breeze». Он будет расположен в Днепровском районе столицы, на пересечении Днепровской набережной и улиц Д.Серафимовича и П.Тычины. Девелопером проекта является компания Svitland Ukraine LLC, а эксклюзивным агентом по маркетингу и сдаче в аренду - компания Jones Lang LaSalle.

Общая площадь многофункционального комплекса «Silver Breeze» - 75 700 кв. м. Проект будет состоять

из офисной (32 000 кв. м) и торговой (21 000 кв. м) частей. В «Silver Breeze» предусмотрена также двухэтажная подземная парковка на 550 машиномест.

На первых двух этажах торгового центра в качестве якорных арендаторов будут представлены следующие торговые операторы: супермаркет сети «Сильпо» (2 000 кв. м), магазин электроники и бытовой техники (900 кв. м), магазин парфюмерии и косметики «Брокард» (230 кв. м), детский универмаг SMYK (780 кв. м), спортивный универмаг (850 кв. м). Также в «Silver Breeze» будут расположены рестораны (400 и 500 кв. м), а также

организована зона фудкорта.

Юлия Селивановская, консультант отдела торговых площадей компании Jones Lang LaSalle в Киеве отметила: «Мы уверены в успешности «Silver Breeze», и не сомневаемся, что найдется в нем место для тех, кто ищет идеальное место для качественного и комфортного шоппинга. Современные архитектурные решения, высокая функциональность комплекса и планируемый набор профессиональных арендаторов сделают проект привлекательным не только для жителей района Березняки, но и для жителей близлежащих районов».

Справка All Retail:

Svitland Ukraine LLC – это украинская девелоперская компания, владеющая диверсифицированным портфелем привлекательных инвестиционно-строительных проектов на рынке страны. Svitland Ukraine LLC специализируется в основном на коммерческой недвижимости - комплексных офисных и торговых центрах. Также в портфолио компании есть несколько современных проектов жилых комплексов. Svitland Ukraine LLC входит в состав «Фишман Групп» - одного из крупнейших холдингов в сфере девелопмента и инвестиций, главный офис которого находится в Израиле.



Большая сделка на рынке исследований потребительского сектора

Компания Nielsen, мировой лидер рынка исследований, поглотил одного из своих конкурентов – фирму MEMRB, специализирующуюся на исследованиях рынка FMCG (товаров повседневного спроса). Эту информацию подтвердил Георг Вассилиу, глава компании MEMRB. По неофициальным данным, сумма сделки составила около 60 млн евро.

Компания MEMRB работает на мировых рынках с 1971 года и располагает сегодня офисами в 32

странах Центрально-Восточной Европы, Ближнего Востока и Северной Африки. В 1995 году компания создала стратегический альянс с SymphonyIRI Group, которая в 1998 получила 19,9%-ную долю в акционерном капитале MEMRB для того, чтобы совместно развивать услугу по мониторингу рынков розничной торговли.

Компания Nielsen была основана в 1923 году. За время своей деятельности Nielsen внедрила ряд иннова-

ционных методик, которые сегодня повсеместно используются в исследовательской сфере. Клиенты Nielsen используют услуги компании для определения своей рыночной доли, анализа динамики рынка, решения маркетинговых аспектов и проблем роста продаж и т.д.

Сегодня компания Nielsen имеет офисы в более чем 100 странах мира. Штаб-квартира Nielsen находится в Нью-Йорке.

Компания «Авангард» планирует выйти на российский розничный рынок

Политические отношения между Москвой и Киевом необходимо дополнить крупными бизнес-проектами и значительным ростом двустороннего товарооборота, - считает руководитель одного из крупнейших украинских агрохолдингов «Авангард» Олег Бахматюк. Его компания контролирует почти четверть рынка Украины по производству яиц и 52% рынка сухих яичных продуктов, и намерена в ближайшее время впервые выйти на российский рынок, - сообщает ИТАР-ТАСС.

«Мы ведем переговоры с двумя компаниями, которые занимают лидирующие позиции на российском рынке кондитерских изделий, примерно с таким же числом компаний, которые держат пальму первенства в производстве мороженого, а также с владельцами нескольких крупных розничных сетей по поставкам яиц в Москву и Санкт-Петербург, - рассказал председатель совета директоров «Авангарда». - Рынок сухого яичного порошка в России растет и если сегодня он составляет 20-30 тыс тонн, то в будущем может достичь 50-100 тыс тонн, а может быть, и больше», - говорит Бахматюк.

По словам бизнесмена, его компания также активно работает с Феде-



ральной службой России по ветеринарному и фитосанитарному надзору РФ (Россельхознадзор), которая дает разрешение на выход на российский рынок, и рассчитывает уже до конца первого квартала 2011 года согласовать все необходимые процедуры.

Украинский бизнесмен отметил, что в России розничная торговля растет даже еще более быстрыми темпами, чем в Бразилии и в Китае. При этом с ростом доходов населения возрастает спрос на так называемые сложные продукты, т.е. товары с существенной добавленной стоимостью. Особенно активно, по словам Бахматюка, растет кондитерское производство, соусно-майонезное производство, производство хлебо-

булочных изделий, мороженого. В свою очередь, это ведет к росту спроса на яичные продукты, которые входят в 80% всех продовольственных товаров.

Бахматюк убежден, что в России преимуществами «Авангарда», активно поставляющего свою продукцию в страны Ближнего Востока и Азии, будет более низкая - на 30-40% - по сравнению с аналогичными продуктами из стран ЕС стоимость и не уступающее им качество. «Россия - очень интересный для нас рынок, большой, понятный, - сказал Бахматюк. - К тому же Россия и Украина очень близки по опыту ведения бизнеса».

В состав агрохолдинга «Авангард» сегодня входят 34 предприятия, в том числе 19 птицефабрик, шесть комбикормовых заводов, два инкубатора и завод по производству сухого яичного порошка, мощность которого на сегодня составляет 3 млн яиц в день или более 1 млрд в год. Предприятия расположены в 14 из 27 регионов Украины.

Капитализация «Авангарда» составляет 1,35 млрд долл. Первичное публичное размещение акций прошло два с половиной года назад на Лондонской бирже.

Супермаркет «Сільпо» откроется в ТРЦ LUBAVA в Черкассах

Одна из крупнейших сетей супермаркетов Украины - «Сільпо» - откроет свой новый магазин в Черкассах. Супермаркет «Сільпо» стал якорным арендатором торгово-развлекательного центра LUBAVA в Черкассах по бульвару Шевченко, 208. Общая площадь будущего магазина составит 2234 кв. м.

«Торгово-развлекательный центр LUBAVA - современный проект ТРЦ, с ярким архитектурным решением и идеальным месторасположением. ТРЦ находится рядом с мэрией, областной администрацией, центральной площадью и Главпочтампом,

- рассказывает Мария Миронкина, руководитель департамента торговой недвижимости компании CB Richard Ellis. - Концепция ТРЦ предполагает мощный пул якорных арендаторов: концептуальный продовольственный супермаркет, 6-ти зальный кинотеатр, боулинг, диско-клуб, с многофункциональной сценой и ресторанами».

ТРЦ LUBAVA станет самым крупным проектом города и первым форматным ТРЦ в Черкассах. Такие премиум-характеристики обусловлены рядом факторов, среди которых - максимальный выбор развлечений

в одном месте, первый в Черкассах 4D зал, крупнейшие супермаркеты и самая большая зона фуд-корта, - считает, руководитель департамента торговой недвижимости.

Напомним, что общая площадь 4-х уровневый ТРЦ LUBAVA составляет 26500 кв.м., арендная - 18000 кв.м. Проект предусматривает паркинг на 250 машиномест.

Девелопер проекта - ООО «Будхаус Групп», архитектор - ООО «Черкасицивильпроект». Объем инвестиций составит 26 млн. долларов. Открытие объекта планируется на март 2012 года.

АМКУ просит ритейлеров снизить цены на подсолнечное масло

Антимонопольный комитет Украины предоставил разрешение 14 участникам рынка подсолнечного масла на согласованные действия, направленные на восстановление равновесия внутреннего рынка и снижение стоимости продукции для украинских потребителей. Об этом сообщил первый заместитель Председателя Комитета Юрий Кравченко во время брифинга.

В частности, участникам рынка подсолнечного масла разрешено заключить договор о согласованном конкурентном поведении. Это позволит наполнить внутренний рынок достаточным объемом бутылированного масла и снизить цены. Разрешение предоставлено сроком на 3 месяца.

Как сообщил Юрий Кравченко, основные производители и экспортеры масла обязались ежемесячно наполнять отечественный рынок до 20 тыс.т. подсолнечного масла и реализовывать продукцию по средней оптово-отпускной цене 12 грн. 15 коп. Речь идет о масле таких торговых марок как «Олейна», «Щедрий

ДАР», «Стожар», «Чумак Домашня», «Розумниця», «Славия».

Первый заместитель Председателя Комитета отметил, что цена на подсолнечное масло для потребителей при сохранении розничными сетями традиционной надбавки в размере 10% будет составлять около 13,40 грн/л.

Вместе с этим, Комитет обратился к торговым сетям с предложением уменьшить уровень торговой надбавки до 5%, что позволит установить цену на уровне 13 грн: «Антимонопольный комитет имеет опыт эффективного сотрудничества с крупными торговыми сетями во время стабилизации цен на молочную продукцию. Надеемся, что ритейлеры и в этот раз пойдут нам на встречу для обеспечения потребителей подсолнечным маслом по максимально доступным ценам», - отметил Юрий Кравченко.

Как отметил первый заместитель Председателя Комитета, учитывая логистику рынка, масло по новым ценам должно появиться в розничной сети в течение ближайших 7 дней.



Rainford закрыл один свой магазин в Киеве

Как стало известно All Retail, торговый оператор Rainford закрыл свой гипермаркет в Киеве, расположенный в ТЦ «Материк» по адресу ул. Якутская, 8.

Тем не менее, компания Rainford продолжает оставаться собственником данного помещения и, по предварительным данным, намерена сдать площадь под магазин киевскому оператору Fozzy Group (сеть магазинов «Сильпо»).

Напомним, что гипермаркет Rainford по ул. Якутской в столице был открыт в декабре 2008 года, торговая площадь магазина составляет около 4000 кв.м. Кроме магазина на ул. Якутской, в Киеве действуют еще два гипермаркета Rainford в составе торговых центров «Материк» - по ул. Борщаговской, 154 и на Днепровской набережной, 33.

Торговая сеть E.Leclerc наторговала 31 млрд евро в 2010 году

Оборот французского торгового оператора E.Leclerc от продаж продовольственных товаров и топлива в 2010 году составил 31 млрд евро. Это на 5,4% больше, чем в 2009 году. На родном французском рынке E.Leclerc увеличил продажи

более чем на 5% - до 28,6 млрд евро. Продажи компании на зарубежных рынках в 2010 г. выросли на 10% и составили 2,4 млрд евро.

В феврале текущего года руководство группы E.Leclerc сообщило о планах экспансии в странах Балтии. В частности, первый супермаркет французской сети откроется весной в Вильнюсе.

Другим проектом, который будет активно развивать E.Leclerc, является программа Drive. Теперь клиенты-водители смогут забирать свои заказы, сделанные в интернете, в специальных помещениях, соседствующих с традиционными магазинами E.Leclerc. В течении пяти ближайших лет E.Leclerc намерен внедрить этот сервис в каждом своем гипермаркете.



До 2015 года Tesco будет самым динамичным ритейлером в мире

По данным компании IGD, британский ритейлер Tesco с ежегодным индексом роста (CAGR) в 7,5% в 2010-2015 гг. будет наиболее динамично развивающимся торговым оператором в мире.

Способствовать Tesco будут лояльность клиентов и уровень сервиса на всех рынках присутствия, прежде всего в Азии. По мнению специалистов IGD, продажи британской торговой сети вырастут в 2015 году до 106 млрд евро (напомним, что в 2010 году товарооборот Tesco составил 73,7 млрд евро).

Отметим, что в ноябре 2010 года Tesco заявил о планах четверо увеличить свои доходы в Китае – до ок. 4 млрд фунтов в 2014-2015 гг. – и довести общее количество своих гипермаркетов в стране до 200.

Самым крупным ритейлером мира в 2015 г. будет продолжать оставаться сеть Wal-Mart (CAGR на уровне 4,7%), товарооборот которого к тому времени достигнет 401,753 млрд евро.



Тем временем, французский оператор Carrefour благодаря своему формату магазинов Carrefour Planet и активному росту на рынках развивающихся стран, удержит вторую позицию в мировом рейтинге и достигнет в 2015 г. объема глобальных продаж на уровне 122,360 млрд евро.

До 2015 года глобальный това-

рооборот четырех крупнейших ритейлеров мира (Wal-Mart, Carrefour, Tesco и Metro) достигнет, по подсчетам IGD, 717,208 млрд евро, при этом 43% из них будет формироваться на международных рынках. Наиболее перспективными из них компания называет рынки Бразилии, Китая, России и Индии.

«АТБ» довел количество своих магазинов до 450



Сеть «АТБ», один из крупнейших по величине товарооборота ритейлер Украины, с начала февраля 2011 года уже открыла три новых магазина. Таким образом, компания сохраняет свои темпы по органическому развитию в Восточной, Центральной, Южной и Северной Украине.

3 февраля 2011 года открылся новый дискаунтер «АТБ» в г. Запорожье. Он расположен по адресу ул. Гаврилова, 14-А. Торговая площадь объекта составляет около 500 кв.м.

8 февраля открылся магазин

«АТБ» в Донецке по проспекту Богдана Хмельницкого, 3. Торговая площадь – 450 кв.м.

12 февраля был открыт дискаунтер «АТБ» в Броварах Киевской области. Отметим, что это первый магазин днепропетровской сети в этом городе. Он расположен по адресу ул. Кирова, 90. Торговая площадь объекта составляет 370 кв.м.

Таким образом, по состоянию на 14 февраля 2011 года сеть дискаунтеров «АТБ» насчитывает 450 магазинов, расположенных в 15 областях Украины.

Напомним, что по итогам рейтинга «ТОП 75 торговых сетей FMCG Украины 2010», составленного компанией GT Partners Ukraine, компания «АТБ-маркет» прочно удерживает лидерство в стране.

Компания «АТБ-маркет» открыла в январе 4 новых дискаунтера

Самая многочисленная продуктовая сеть Украины – «АТБ» - открыла в январе 2011 года четыре новых дискаунтера. Как обычно, основное внимание сотрудников отдела экспансии компании было уделено Восточным регионам страны. 6 января 2011 года был открыт первый «АТБ» в городе Стаханов Луганской области. Он расположен по адресу Базарный переулок, 2. Торговая площадь объекта составила около 470 кв.м. 19 января было открыто сразу два новых дискаунтера «АТБ». Один из них распахнул двери в Мелитополе Запорожской области по ул. Свердлова, 6/1. Второй – в столице Украины по адресу ул. Академика Туполева, 15. Последний «АТБ» в январе открылся 26 января в Симферополе по ул. Маршала Василевского, 51/2.

Компания «Агелес» расширила информационную систему Fozzy Group на базе SAP

Группа компаний Fozzy Group, одна из крупнейших ритейлеров Украины, совместно с компанией SAP, лидером в разработке решений для управления бизнесом, и консалтинговой компанией «АГЕЛЕС» объявили о завершении совместного проекта внедрения решения по бюджетированию и консолидации на базе системы SAP в магазинах торгового оператора Fozzy Group.

Руководство компании Fozzy Group, используя систему SAP в течение пяти лет, приняло решение расширить охват информационной системы компании путем внедрения решения для управления бюджетированием и консолидацией от компании SAP. В данном решении заложены инструменты, поддерживающие различные методы моделирования, включая моделирование планирования, динамическое моделирование. Использование решения позволяет компании эффективно осуществлять планирование всей деятельности, в том числе, стратегическое разрабатывать различные сценарии планирования, координировать процесс планирования между всеми участниками бизнес-процесса, а также применять в своей работе концепцию процессно-ориентированного управления для поддержки принятия решений.

Консультанты компании АГЕЛЕС, совместно с Fozzy Group, приступая к проекту, провели ряд мероприятий с целью дополнения и настройки централизованной системы справочников и основных данных, уже имеющихся в группе компаний заказчика. Данная система обеспечила согласованность процессов планирования и подготовки отчетности во всех подразделениях группы компаний Fozzy Group, а также полную автоматизацию процессов консолидации плановой отчетности по Группе компаний Fozzy Group. 1 апреля началась интеграция и в сентябре 2010г. Fozzy Group завершила внедрение и вве-

ла в промышленную эксплуатацию первую очередь решения по бюджетированию и консолидации на базе системы SAP.

«В результате внедрения Группа получила систему, обеспечивающий максимальную оперативность и достоверность управленческой информации, достичь которых действуя «старыми методами» было затруднительно. Централизованная система бюджетирования обеспечивает возможность доступа к данным через web-интерфейс, позволяет построить единую среду планирования для всех офисов и подразделений компании. При этом, система обеспечивается безопасностью всех введенных данных. Взаимодействие с системой возможно посредством различных интерфейсов, что удобно для пользователей и существенно сокращает затраты на их обучение» - отмечает Ирина Смолянинова, руководитель департамента бизнес-планирования, бюджетирования и контроллинга группы компаний Fozzy Group.

Сейчас, благодаря внедрению, вся плановая отчетность компании построена в едином информационном поле. К тому же, внедрение решения по бюджетированию и консолидации, на базе системы SAP, обеспечило компании следующие преимущества: гибкую комплексную систему автоматизации всех процессов по управлению денежными потоками холдинга; эффективное выполнение и контроль процессов планирования, бюджетирования и консолидации в установленные сроки; автоматизацию процессов консолидации сводной плановой отчетности Группы; сокращение времени и ресурсов на выполнение процессов планирования, анализа выполнения бюджета и подготовки консолидированной отчетности; возможность гибкого мультивалютного и сценарного бюджетирования, а также - скользящего планирования; полноценную поддержку потребностей растущего бизнеса, благодаря масштабируемости и

гибкости системы.

«Успешная реализация проекта позволила построить завершённую комплексную систему, включающую в себя три главных компонента управления процессами компании: прозрачность, контролируемость, согласованность. Сейчас, группа компаний Fozzy Group обладает всеми необходимыми для успешной работы компании инструментами автоматизации бизнеса. Я твердо уверен, что менеджмент компании, в результате реализации комплексной программы на основе современных технологий SAP, получил уникальные конкурентные преимущества по анализу ключевых бизнес данных, необходимых для быстрого и эффективного принятия стратегических решений и оптимизации ежедневных операционных задач», - Максим Матяш, директор SAP в Украине.

«Одна из особенностей этого проекта - дискретность реализации - для того, чтобы не нарушать установленный в компании бюджетный процесс (оперативные бюджеты утверждаются каждый квартал) работы в системе проводились в сжатые сроки. Первоначально был автоматизирован весь процесс, и постепенно, с каждым кварталом, добавлялись удобства, проверки и преднастроенные элементы в системе, при этом, минимизировалось влияние «человеческого фактора», - говорит Таисия Зубко, руководитель проекта компании «АГЕЛЕС».

Справка: АГЕЛЕС – консалтинговая компания, которая специализируется на внедрении и продвижении решений SAP в компаниях среднего и малого бизнеса. Компания предоставляет полный спектр услуг по реализации проектов построения комплексных интегрированных систем управления предприятием на основе решений SAP, а также оказывает услуги по продаже лицензий, аутсорсингу, управлению проектами и анализу качества выполнения проектов.

Хотите знать сколько заработала ваша компания сегодня?

Компания «АГЕЛЕС» предоставляет полный спектр услуг по реализации проектов построения комплексных интегрированных систем управления предприятием на основе решений SAP

Внедрение решений SAP:

- Система управление предприятием (SAP ERP)
- Пакетированное решение для торгового предприятия
- Решения для малого и среднего бизнеса (SAP All-in-One)

Внедрение решений SAPBusinessObjects:

- Бизнес-аналитика (SAP BusinessObjects BI)
- Бюджетирование ,бизнес-планирование и консолидация (SAP BPC)

Компания «АГЕЛЕС»

Адрес: 02090, г. Киев , ул. Сосюры, дом 6

тел./факс +38 (044) 239-57-32

E-mail: info@ageless.com.ua/ www.ageless.com.ua



Исследование: Страны БРИК станут доминирующим продовольственным рынком в 2015 году

В 2015 году Китай обойдет США за показателем объема продовольственного рынка. По крайней мере, такой прогноз дает британский институт промышленности IGD, который провел исследование крупнейших FMCG рынков мира.

По данным IGD, на сегодняшний день объем продовольственного рынка США составляет 666 млрд евро, и по итогам 2010 года эта страна занимала первое место в мире. Тем не менее к 2015 году этот показатель в США вырастет до 843 млрд евро, в то

время как в Китае объем превысит 1,042 млрд евро.

В IGD сообщают, что экономический рост России ускорится в ближайшие 4 года, благодаря чему ее продовольственный рынок вырастет в объеме с нынешних 194 млн евро до 394 млн евро в 2015 г. Таким образом, эта страна поднимется с седьмой на четвертую позицию в мировом рейтинге продовольственных рынков.

В целом, прогнозируют аналитики IGD, все страны БРИК будут в 2015 году занимать место в первой пятёрке крупнейших FMCG рынков планеты.

В 2015 г. совокупный объем продовольственных рынков Бразилии, России, Индии и Китая составит 2,194 млрд евро, а число потребителей этих стран вырастет до 3 млрд чел. Эти экономические перспективы будут привлекать глобальных ритейлеров и производителей наращивать свое присутствие в странах БРИК и включать эти регионы в свои планы по экспансии.

Крупнейшие продовольственные рынки мира

| 2010 | | |
|-------|----------------|-----------------------------|
| № | Страна | Объем рынка 2010, млрд евро |
| 1 | США | 666 |
| 2 | Китай | 597 |
| 3 | Япония | 272 |
| 4 | Индия | 265 |
| 5 | Бразилия | 219 |
| 6 | Франция | 208 |
| 7 | Россия | 194 |
| 8 | Великобритания | 162 |
| 9 | Германия | 162 |
| 10 | Италия | 130 |
| Всего | | 2.875 |

| 2015 | | |
|-------|----------------|--------------------------------------|
| № | Страна | Прогноз объема рынка 2015, млрд евро |
| 1 | Китай | 1.042 |
| 2 | США | 843 |
| 3 | Индия | 428 |
| 4 | Россия | 394 |
| 5 | Бразилия | 330 |
| 6 | Япония | 284 |
| 7 | Франция | 241 |
| 8 | Великобритания | 194 |
| 9 | Германия | 175 |
| 10 | Индонезия | 170 |
| Всего | | 4.101 |

Данные: IGD, февраль 2011

Розничные продажи в Украине выросли в январе на 11%

Как гласят данные Госкомстата Украины, объем розничного товарооборота предприятий Украины в январе 2011 г. вырос более чем на 11% по сравнению с объемами продаж за январь 2010 года.

При этом объем розничного товарооборота предприятий, осуществляющих деятельность по розничной торговле и ресторанному хозяйству, за январь 2011 г. составил 21,3 млрд грн., что в сопоставимых ценах на 11,1% больше объема января 2010 г. Розничный товарооборот в январе 2011 г. против показателей декабря 2010 г. снизился на 24,5%.

Оборот ресторанного хозяйства в Украине (с учетом оборота физических лиц-предпринимателей) составил в январе 2011 г. 1352,4 млн грн., что на 5,9% больше показателей в январе 2010 г.



Напомним, объем розничного товарооборота предприятий за декабрь 2010 г. вырос на 14,7% против показателей за аналогичный месяц 2009 г. и на 11,6% против показателей за ноябрь 2010 г.

В Чехии продолжается борьба за лидерство на розничном рынке

В Чехии продолжается борьба британского торгового оператора Tesco и голландского ритейлера Ahold за лидерство на местном розничном рынке. На сегодняшний день, по данным исследовательских агентств, обе компании контролируют в стране по 20% рынка организованного ритейла.

Компания Ahold насчитывает сейчас в Чехии 225 супермаркетов и 56 гипермаркетов. Пока ритейлер не планирует поглощения других операторов и намерен развиваться в стране органически. Другим путем идет Tesco: британский торговый концерн за последнее время отметил сделкой по покупке 128 магазинов у дома Zabka и Koruna. Эти торговые точки будут реформатированы под бренд Tesco Express.



www.aisberg.com



CUBE

PREMIUM CLASS DISPLAYS



Украинский рынок консалтинговых услуг находится сегодня в процессе самоопределения. Его главными особенностями стоит назвать молодость (по сути, он начал свое развитие с 2000 года) и огромную перспективность: об этом говорит хотя бы тот факт, что сегодня в Украине представлены офисы всех крупнейших международных консалтинговых компаний. Сегодня на этом рынке работают около 1,5 фирм, в которых работает порядка 20 тыс. человек. Отрадно, что не только иностранные консультанты являются законодателями моды в Украине. Одним из заметных игроков здесь является компания H-aRt, исполнительный директор которой – Мария Локтионова – любезно согласилась ответить на вопросы All Retail.

Мария Локтионова: «Мы развенчаем миф о консалтинге в Украине»

- Здравствуйте, Мария. Расскажите, чем отличался для компании H-aRt 2010 год от 2009 г.? Поделитесь, как развивалась Ваша компания в прошлом году.

- В 2010 году мы расширили область нашего действия на Россию и Дагестан. При этом был вдвое увеличен штат сотрудников, а объем предоставленных нами услуг вырос в два раза. Мы рады, что в прошлом году H-aRt была признана компанией года в номинации «Управленческий консалтинг» по итогам всеукраин-

ского конкурса «Лучший отечественный товар».

- Расскажите о реализованных проектах в 2010 году. Какой проект был наиболее значимым для H-aRt?

- Если говорить о предоставлении консалтинговых услуг, то здесь тяжело определить самые значительные проекты, поскольку они все являются для нас значительными из-за специфики самой услуги. Но если называть крупные узнаваемые компании, которые хорошо известны не только в рамках своей отрасли, но и

обществу в целом, то среди наших клиентов были: «Ужгород П.С.Ю.» (франчайзи сети магазинов «Вопак»), сеть супермаркетов «Контур Будущего» (Хабаровск, Южно-Сахалинск, Камчатка), АПК «Калита».

- Какие новые услуги компания H-aRt предложила в 2010 году своим клиентам?

- Помимо управленческого консалтинга и практических курсов, мы решили предоставлять новую услугу – это фактически бизнес-сопровождение клиентов без при-

сутствия наших консультантов на их предприятиях. Мы обнаружили на рынке спрос на такой продукт и адекватно отреагировали на эту тенденцию.

- Есть ли у компании H-aRt стратегические партнеры?

- Естественно, мы сотрудничаем как с отдельными бизнес-консультантами, так и с международными организациями, которые работают в сфере управленческого консалтинга.

- В 2010 году H-aRt была признана компанией года в номинации «Управленческий консалтинг» по итогам всеукраинского конкурса «Лучший отечественный товар». Назовите свои ключевые преимущества?

- Мы считаемся одной из крупнейших компаний в Украине, предоставляющих услуги управленческого консалтинга. Наши консультанты и тренеры являются не только теоретиками, но и практиками. Все они имеют большой опыт в построении собственных бизнесов. Все инструменты, которые мы предлагаем нашим клиентам, были успешно опробованы в других компаниях, в том числе и компаниях консультантов.

- Какие проекты являются сегодня приоритетными для Вашей компании?

- Приоритетными проектами для нас является внедрение в компании Административной технологии управления (система управления). Это наш ключевой продукт. Он содержит в себе все основные инстру-

менты, которые помогают не только «подтянуть» какой-то один «привисающий» вопрос (как-то финансовое планирование или мотивация персонала), но и полностью преобразовать компанию и вывести ее на новый уровень. В первую очередь, мы устраняем «типичные» проблемы на предприятиях и помогаем им успешно развиваться без значительных внешних кредитных вливаний.

- Где формируется стратегия развития компании H-aRt – в Киеве, Москве или Днепропетровске?

- Вся стратегия компании формируется в Киеве – здесь расположен наш главный офис. В наших планах на текущий год – активно развиваться в странах ближнего зарубежья. Возможно, будет необходимо усилить наши представительства и открыть новые. Сейчас ведутся переговоры с госорганами других стран о нашем участии в консультировании местных предпринимателей. Мы открыто декларируем, что нашей окончательной задачей является не успех отдельных компаний, а рост экономики в целом. Мы поставили перед собой такую амбициозную цель, и формируем свою стратегию исходя из нее.

- Как Вы считаете, какие тенденции характерны сегодня для рынка консалтинговых услуг Украины?

- К сожалению, в общественном сознании существует определенный стереотип о консалтинге как таковом. При этом, он не всегда объективный и справедливый. Мы стараемся развенчать его уровнем своих услуг и

результатами нашей работы.

- Насколько перспективен наш рынок консалтинговых услуг?

- Согласно статистике, в Украине из 100 новых предприятий 90 закрываются в первый год своей работы. Одной из причин этого является то, что владельцы не имеют достаточно опыта в преодолении «типичных» проблем бизнеса. Также в нашей стране нет устоявшейся традиции привлекать внешних консультантов для решения проблем. Мы верим, что такое положение вещей можно изменить. В этом случае наш рынок будет развиваться. А главное – это отразится на жизни каждого: бизнесмены получают новых бизнес-партнеров, безработные – рабочие места, а экономика – рост ВВП.

- Поделитесь планами компании на 2011-ый и ближайшие годы.

- В планах компании H-aRt – удерживать лидерство в своей нише, при этом не только на украинском рынке. Мы постоянно сравниваем свои показатели с показателями зарубежных конкурентов и делаем соответствующие выводы.

Справка All Retail:

Мария Локтионова – Исполнительный директор и совладелец компании H-aRt, бизнес-консультант, тренер. Более 5 лет занимала должность HR-директора холдинга Fozzy Group, имеет более чем 10-летний опыт работы на руководящих должностях в сфере HR.

<http://vidomosti-ua.com/>

Самые свежие новости Украины.
Ты должен знать больше!



Продовольственные ритейлеры в 2010 году нарастили суммарную торговую площадь

Консалтинговая компания GT Partners Ukraine провела очередное исследование рынка розничной торговли Украины. В частности, анализировался показатель торговых площадей продовольственных магазинов в национальном масштабе.

Как показало исследование «ТОП 75 крупнейших торговых сетей FMCG Украины по суммарной торговой площади», в 2010 году суммарная торговая площадь сетевых продовольственных ритейлеров Украины увеличилась на 6% по сравнению с 2009 г. и составила около 2,1 млн кв.м. Это самый низкий показатель роста торговых площадей за последние несколько лет, - отмечают в GT Partners Ukraine.

Крупнейшими ритейлерами Украины в физическом выражении, как и годом ранее, продолжают оставаться компании Fozzy Group, Metro Cash&Carry, «АТБ-маркет», ЗАО «Фуршет» и ОАО «Квиза Трейд». Что характерно, первая десятка рейтинга не изменяется уже на протяжении последних трех лет. Единственное изменение, которое произошло в ТОП 10 ритейлеров Украины: «Таврия В» поменялась местами с компанией «Евротек» и вышла на 9-ую позицию. В целом, на первую десятку продовольственных ритейлеров Украины приходится 67% всех современных продовольственных площадей в Украине (в 2009 году этот показатель составлял 66%).

Лидером в стране по показателю суммарной торговой площади яв-

ляется многоформатная компания Fozzy Group (Киев), развивающая сеть супермаркетов «Сильпо», магазинов у дома «Фора» и гипермаркетов cash&carry «Фоззи». В 2010 года ритейлер акцентировал свое внимание на развитии сетей «Сильпо» (суммарная торговая площадь увеличилась на 5%) и «Фора» (рост 13%). Доля компании Fozzy Group в общем масштабе всех торговых площадей магазинов FMCG в Украине составляет 13%. В 2011 году мы ожидаем дальнейшего увеличения торговых площадей компании Fozzy Group, что обусловлено заявленными планами по дальнейшей экспансии.

Самый большой рост из группы лидеров украинского розничного рынка продемонстрировала компания «АТБ-маркет» (Днепропе-

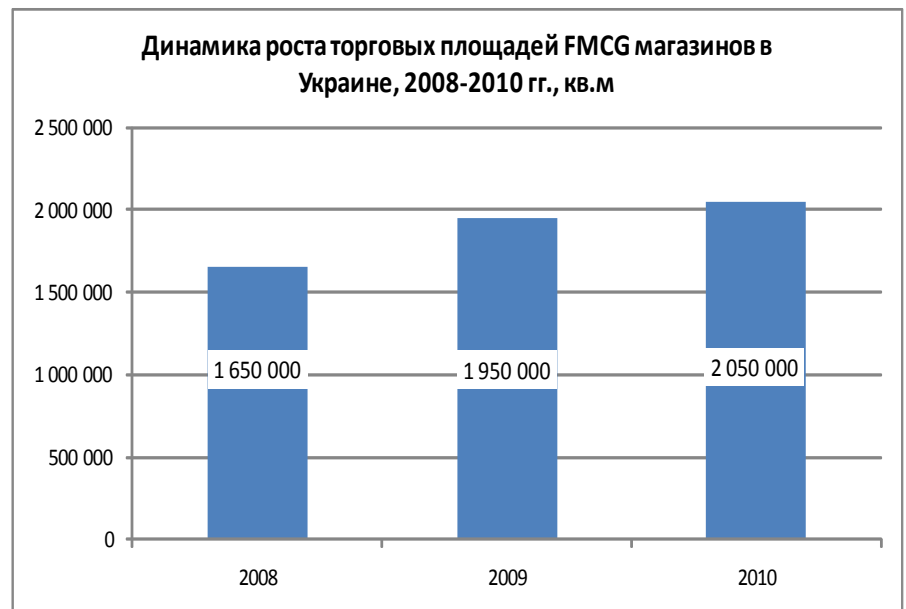
тровск), которая на 16% увеличила суммарную торговую площадь своей сети дискаунтеров. Это объясняется тем, что «АТБ-маркет» была лидером в стране по количеству открытых магазинов в 2010 году. Напомним, что в 2011 году компания открыла 71 новый магазин в разных регионах страны. Сегодня доля компании «АТБ-маркет» в общем масштабе всех торговых площадей магазинов FMCG в Украине составляет 11%.

Компания «Фуршет» (Киев), развивающая в Украине сеть одноименных супермаркетов, открыла в 2010 году 8 новых магазинов (в том числе вышла в новый для себя формат дискаунтеров), что позволило ей на 6% нарастить показатель суммарной торговой площади своих магазинов и довести его до 166 тыс. кв.м.

Компания «Квиза-Трейд» (Киев), как и Fozzy Group, развивает несколько форматов торговых сетей: супермаркеты и гипермаркеты «Велика Кишеня», гипермаркеты «Велмарт» и дискаунтеры «№1». В 2010 оператор на 4% нарастил суммарную торговую площадь своих магазинов.

Из всего списка действующих в Украине продовольственных ритейлеров, самый большой рывок в росте торговых площадей совершили три региональные компании: сеть «Барва» (рост составил 76%), сеть «Барвинок» (73%) и черкасский оператор «Абсолют» (67%).

Несмотря на то, что доля иностранных торговых сетей FMCG, работающих в Украине пока невелика, в 2010 году практически все из них (кроме сетей Real и «Перекресток») на-



Данные: GT Partners Ukraine

растили свои торговые площади. Так, суммарная торговая площадь компании Metro Cash&Carry в прошлом году выросла на 5% и составила почти 230 тыс. кв.м. Больше всего из «иностранцев» нарастили свои площади франчайзинговая сеть SPAR (35%) и литовская NOVUS (23%). Открытие гипермаркета «Ашан» во Львове позволило этому французскому оператору увеличить свою суммарную торговую площадь на 10% и довести ее до 85 тыс. кв.м. Также на 6% вырос показатель торговой площади у компании «Билла-Украина», развивающей в Украине сеть одноименных супермаркетов. В 2011 году мы ожидаем, что все иностранные ритейлеры, которые работают в Украине, будут открывать новые магазины и увеличат показатель своей торговой площади.

Справка о компании GT Partners Ukraine:

GT Partners Ukraine является независимой консалтинговой группой, которая специализируется на проведении комплексных исследований рынков розничной торговли, потребительских товаров (FMCG) и недвижимости. GT Partners Ukraine аккредитована Европейским Банком Реконструкции и Развития в Украине.

Полную информацию о динамике развития торговых точек в Украине в 2010 году и рейтинг «ТОП 75 торговых сетей Украины по суммарной торговой площади, 2010» Вы можете запросить в компании GT Partners Ukraine

GT PARTNERS
UKRAINE

Маркетинговые исследования рынков розничной торговли и FMCG

office@gtpartners.com.ua
www.gtpartners.com.ua

Стратегия качественной поставки - мониторинг поставщика и цепочки поставок



Как сократить свои риски при сотрудничестве с поставщиками из азиатских стран, как не ошибиться при выборе партнера из Европы, кто проверит качество продукции, доставляемой из Африки. Эти и другие вопросы раскрывает специалист Александр Шевченко, менеджер по маркетингу и продажам отдела CTS (товары народного потребления) компании SGS Ukraine.

Доверяй, но проверяй...

Что делать, если сотрудничество с поставщиками из ряда стран влечет за собой проблемы недогруза, получения некачественных товаров, пересортицы, ущерба при загрузках и транспортировках или вовсе заключаются договоры с несуществующими компаниями? Ответ простой: во избежание рисков и потерь необходимо проводить проверки (сюрвейерские инспекции) на каждом этапе выполнения поставщиком договор-

ных обязательств.

Говоря о сюрвейерских инспекциях, можно выделить основные их направления:

1. Цепочка проверок производства: от проверки перед началом производства до контроля готовой продукции.

2. Цепочка надзоров за погрузкой и выгрузкой.

Следует уточнить, что проверка проводится как по всей цепочке производства, так и на любом из ее этапов.

Контроль качества

Для определения качества продукции сюрвейерские компании проводят отбор проб и лабораторные испытания продукции в сети собственных и субконтрактных аккредитованных лабораторий во многих странах мира. Заказав данную услугу, импортер, дистрибьютор или производитель гарантированно получают отчеты, в которых указаны независимые фактические результа-

ты испытаний.

Каждая инспекция завершается выпуском инспекционного отчета и/или сертификата, которые дают возможность проследить весь путь груза от начала производства до выгрузки продукции на склад, с контролем качества.

Выбор сюрвейера

Выбирая сюрвейера, необходимо, в первую очередь, определить статус компании, ее аккредитацию, географию расположения представительства, мировой опыт и факт международного признания.

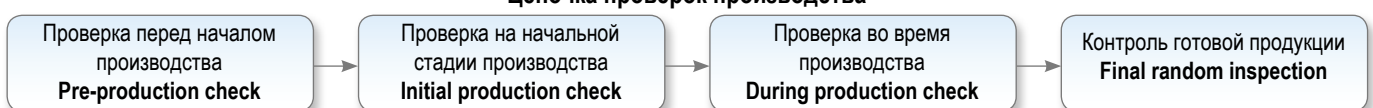
Сеть «СЖС» насчитывает по всему миру 840 офисов и дочерних компаний, а также 320 лабораторий. В настоящее время персонал компании насчитывает около 55 тыс. человек. В Украине основные филиалы предприятия находятся в 24 городах.

Если говорить об услугах, предлагаемых ИП «СЖС Украина», то можно выделить следующие:

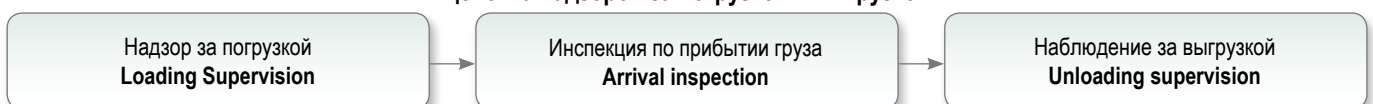
- проведение сюрвейерских инспекций в 140 странах мира;
- лабораторное тестирование в сети собственных и субконтрактных лабораторий;
- сертификация GLOBALGAP (EUREPGAP),
- органических Organic,
- сертификация IFS и BRC.

Преимуществом компании является наличие собственной лаборатории, аккредитованной для проведения испытаний разных групп товаров и продуктов по украинским и международным стандартам. К примеру, в ответ на заинтересованность сообщества проблемой ГМО мы готовим открытие собственной аккредитованной лаборатории в Одессе уже летом этого года.

Цепочка проверок производства



Цепочка надзоров за погрузкой и выгрузкой



СУПЕРМАРКЕТ ПЕРЕКРЕСТОК

**Свято Масляної
в новому магазині**



26 ⁰²/_{'11} **Отримай СВІЙ
КІЛОГРАМ ІКРИ**

Детальні умови акції запитуйте у касирів магазину "Перекресток"

Вишгородська, 45а/5

Нужен ли Wi-Fi в супермаркете?

Массовое использование ритейлерами ИТ-инноваций становится главным двигателем развития современной розницы. Естественно, законодателем моды здесь являются США, а также другие развитые страны. По данным компании Deloitte, в 2011 году около 25% торговых сетей Северной Америки намерены предоставлять услуги по бесплатному Wi-Fi доступу в Интернет всем посетителям своих магазинов.

Большинство торговых сетей до сих пор отказывались от данной опции для своих клиентов, опасаясь того, что покупатели могут использовать свои смартфоны и нетбуки для сравнения цен с магазинами конкурентов. Сегодняшняя практика такова, что ритейлеры, как правило, избегают прямого мониторинга товаров и цен, и поэтому неохотно идут на предоставление потребителям возможности поиска лучшего ценового предложения.

До последнего времени, единственным способом выйти в интернет внутри торгового зала было подключение через мобильную связь, однако у большинства пользователей данный вид услуг не подключен, либо эта возможность активно не используется. Этому есть множество причин, таких как низкое качество и скорость мобильного сигнала, неудобство поиска через мобильный телефон, а также высокая стоимость такого интернет серфинга.

Между сотрудниками крупных торговых операторов в Северной Америке возникла дискуссия о целесообразности предоставления Wi-Fi доступа в торговых залах. Как результат, большинство специалистов сошлось во мнении, что подобный страх является не более чем очередным заблуждением. Оказывается, что когда покупатель использует интернет для сравнения товаров внутри магазина, вероятность того, что он совершит покупку, скорее возрастает, чем сокращается.

Специалисты выяснили, что основной преградой к осуществлению покупки является отсутствие информации о товаре. Покупатель задается вопросами: «Является ли цена

адекватной?», «Подходит ли мне этот продукт?», «Какие преимущества данного продукта?», «Что предлагает соседний магазин?» и т.д. Если же информация в онлайн демонстрирует, что разница в цене не является значительной, большинство покупателей принимают решение совершить покупку в том магазине, в котором они находятся в данный момент, а не тратить время и деньги на поездки в другие магазины.

Wi-Fi подключение позволяет покупателям самостоятельно выполнять такие операции как определение наличия товара на складе, вариации цветов, комплектации и др. Это позволяет освободить торговый персонал от рутинных процессов и сфокусировать их на более важных задачах, таких как помощь при выборе товаров, разъяснение деталей и характеристик, предложение альтернатив и дополнительных товаров – которые приводят к повышению качества обслуживания и увеличению продаж. Торговые сети могут предлагать электронные каталоги, запускать промо-ролики и рекламные кампании через Wi-Fi, которые будут более эффективными внутри торгового зала. Даже если покупатели будут использовать Wi-Fi подключение для личных целей, это все равно будет способствовать увеличению времени пребывания внутри торгового зала, что повышает вероятность импульсных покупок.

Внедряя Wi-Fi подключение в своих магазинах, ритейлер также может проводить целевые промо-кампании для своих клиентов. В частности, используя всплывающие окна и другие приложения, оператор может предоставить потребителю информацию о текущих скидках или предложениях при входе в определенные отделы магазина.

Благодаря Wi-Fi подключению ритейлер может накапливать информацию о поведении клиента, самым простым примером которой является определение маршрута движения покупателя внутри торгового зала. В случае отсутствия законодательных ограничений, может быть зафиксирована информация о номере мобиль-

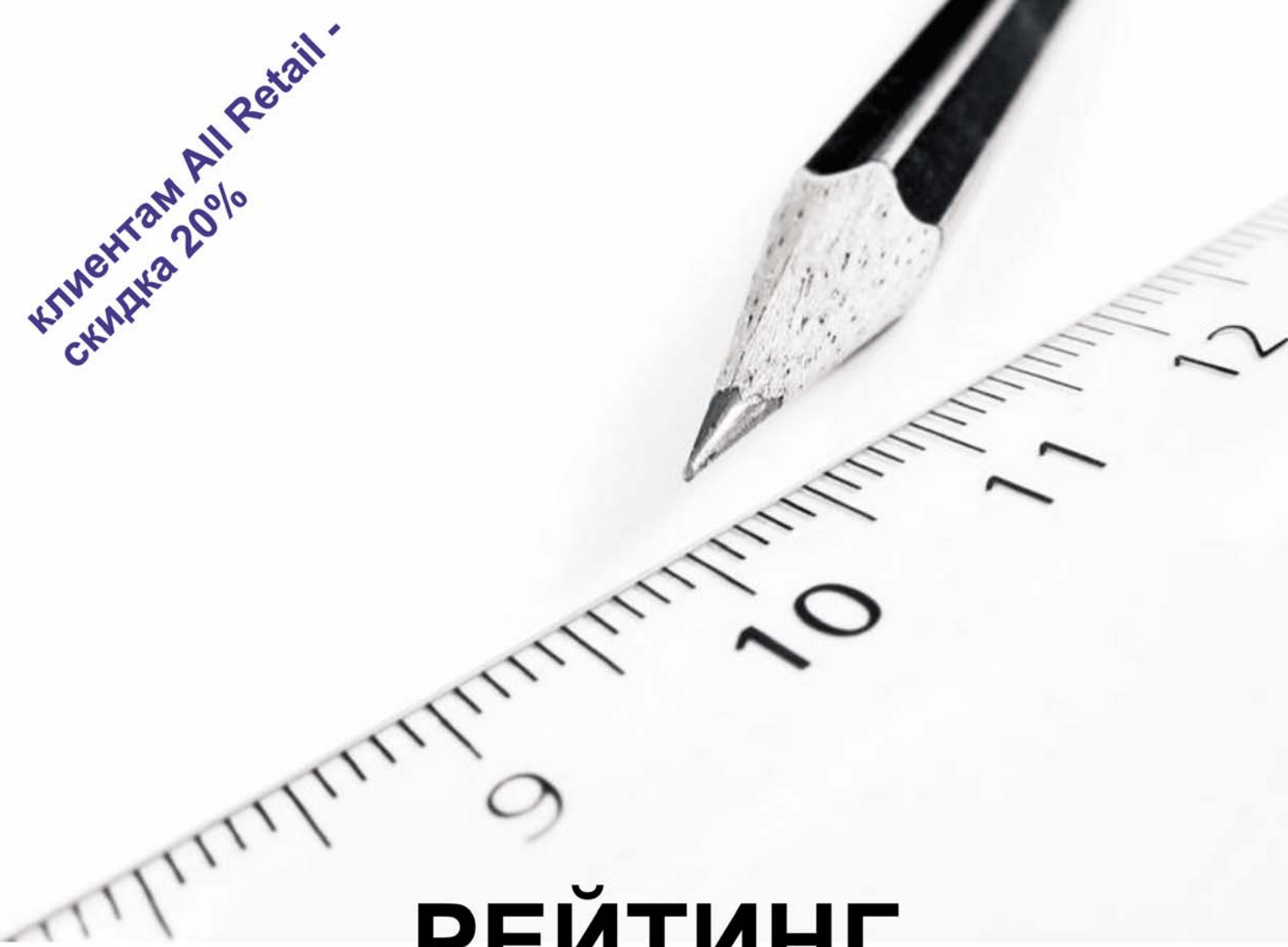


ного телефона и адресе электронной почты покупателя, которая впоследствии может быть использована для директ-маркетинга. Также торговые сети могут запрашивать данные о регистрации покупателя в социальных сетях и использовать доступную там информацию (например о возрасте, интересах, профессии, хобби и др.) для формирования целевых товарных предложений. Анализ трафика покупателей позволяет фиксировать наиболее посещаемые интернет ресурсы, популярные сайты и товарные позиции. Такая информация позволяет формировать эффективные рекламные кампании в Интернете, а также оптимизировать товарный и ассортиментный ряд ритейлера.

Таким образом, использование беспроводного доступа к сети Интернет внутри супермаркета дает преимущества не только рядовому покупателю, но и позволяет ритейлеру завоевать лояльность клиента и получить исчерпывающую информацию о его потребительских предпочтениях.

Михаил Мишов, компания Deloitte

Клиентам All Retail -
скидка 20%



РЕЙТИНГ

**ТОП 75 торговых сетей FMCG Украины
по суммарной торговой площади, 2010**

Все исследования - на <http://allretail.com.ua/researches>

