

چشم انداز جهانی صنعت خرده فروشی در سال ۲۰۱۹

به نقل از موسسات کوفاس و اوپلر هرمس

مقدمه

در سال ۲۰۱۹، علی‌رغم کندتر شدن رشد اقتصاد جهانی، انتظار می‌رود خرده‌فروشی‌های جهان به دلیل انعطاف‌پذیری مصرف‌خصوصی در بیشتر بازارهای بزرگ، روند رو به رشد داشته باشند. در واقع، پیش‌بینی می‌شود شتاب مصرف‌خصوصی در ایالات متحده از ۲/۶٪ در سال ۲۰۱۸ به ۲/۷٪ در سال ۲۰۱۹ و در ژاپن به ترتیب به ۰/۴٪ و ۰/۹٪ برسد. همچنین رشد مصرف‌خصوصی در چین طی سالهای ۲۰۱۸ و ۲۰۱۹، در سطح ۵ درصد و در منطقه یورو برغم اندکی کاهش در ایتالیا و اسپانیا، در سطح ۱/۳ درصد تثبیت خواهد شد.

در این زمینه، پیش‌بینی می‌شود درآمد بخش خرده‌فروشی مجموعاً در سال ۲۰۱۹ افزایش یابد. بر اساس گزارش تهیه شده درخصوص ۳۵ شرکت برتر بین‌المللی که صورتهای مالی بازیگران عمده از ایالات متحده، چین، ژاپن و اروپا را گردآوری نموده است، صنعت خرده‌فروشی پس از دو سال رشد متوالی ۹ درصدی، مجدداً رشد ۸ درصدی را تجربه خواهد نمود. در عین حال، انتظار می‌رود سود کلی، کماکان رشدی دو رقمی (۱۲٪) را ثبت کرده و هزینه خرید و توسعه دارایی‌های ثابت^۱ تا ۷٪ افزایش یابد.

مروری کلی بر صنعت

- ارزش صنعت: ۸۰۰۰ میلیارد دلار
- نفوذ جهانی تجارت الکترونیک و تجارت موبایلی و تأثیر آن در تغییر رویکرد سنتی خرید مشتریان
- تغییر در ترجیحات خرید مشتریان
- سرمایه‌گذاری فزاینده در مجموعه داده‌های مشتری، هوش مصنوعی و یادگیری ماشینی برای افزایش درآمد
- هوش تجاری بالای شرکتهای تازه وارد و فشار فزاینده از جانب خرده‌فروشان آنلاین
- تنش تجاری، با توجه به اینکه موانع یا تعرفه‌های تجاری می‌تواند زنجیره‌های عرضه را مختل نموده، هزینه‌ها را افزایش داده و بر حاشیه سود فشار وارد آورد.
- ورشکستگی‌های عمده در بازارهای بالغ^۲ (ایالات متحده و اروپا)

^۱ Capex^۲ Mature Markets

- ریسک انحلال: بسیار بالا، ریسک بین‌المللی شدن: کم، سرمایه‌بر بودن: متوسط، ریسک سودآوری: کم، ریسک عدم پرداخت شرکتها: متوسط^۳

نقاط قوت

- انتظارات میان و بلندمدت تقاضا از جانب بازارهای نوظهور (طبقه متوسط در حال رشد)
- ظرفیت جهانی تجارت الکترونیک به دلیل اتصال حدود نیمی از جهان به اینترنت
- فرصت‌های رشد ناشی از عادت‌های جدید مصرف‌کنندگان
- تخصص بازیگران مستقر در مورد موضوعات مرتبط با زنجیره عرضه
- ثبات بخش خرده‌فروشی از سال ۲۰۱۰
- رشد طبقه متوسط چین
- شهرنشینی سریع در آسیا و آفریقا به عنوان عامل رونق خرده‌فروشی

نقاط ضعف

- آسیب‌پذیری اعتماد مصرف‌کننده و فروش نسبت به محیط ژئوپولیتیکی متغیر و تغییرات قدرت خرید
- تشدید رقابت قیمتها به دلیل حساسیت خریداران نسبت به قیمتها و بهترین پیشنهادات/چانه‌زنی‌ها
- پایین بودن حاشیه سود
- چشم‌انداز رشد ضعیف اقتصادهای پیشرفته
- چالش شیوه سنتی فروش در مواجهه با رشد تجارت آنلاین
- هزینه‌های مربوط به بازسازی طرح قدیمی فروشگاهها به منظور فراهم ساختن شرایط بهتر خرید جهت مصرف‌کننده و خدمات درون‌فروشگاهی
- سرمایه‌گذاری در هوش مصنوعی، شبیه‌سازی و سایر فناوری‌های جدید

زیر بخش‌ها

کالاهای تند مصرف^۴: این بخش بیشترین تعداد شرکتها را در برداشته و تقریباً دو سوم درآمد جهانی بخش خرده‌فروشی را تشکیل می‌دهد، اما در مقایسه با سایر خرده‌فروشان حاشیه سود پایینتری

^۳ - ریسک متوسط عبارت است از علائم ضعف در عملکرد شرکت و احتمال کاهش فعالیتها

^۴ Fast-moving Consumer Goods محصولات هستند که به سرعت و با قیمت نسبتاً پایین به فروش می‌رسند. کالاهای بی‌دوام مانند خوراکی‌های بسته‌بندی‌شده، نوشیدنی‌ها، وسایل بهداشتی، و ... از جمله این کالاها هستند.

دارد.

کالاهای ورزشی، تفریحی و لوازم برقی: این بخش بیشترین رشد درآمد را طی ۵ سال گذشته داشته و در بخش‌های خرده فروشی از حاشیه سود بالای متوسط برخوردار است.

البسه و متعلقات: خرده فروشان این بخش حضور بین‌المللی قوی دارند، اما غالباً در مقایسه با سایر خرده فروشان نسبتاً کوچک محسوب می‌شوند.

کالاهای متنوع: این بخش تعداد کمتری از شرکتهای عمده را در برداشته و از حاشیه سود پایینی برخوردار است.

چشم انداز سال ۲۰۲۰

چشم انداز سال ۲۰۲۰ صنعت خرده فروشی، خصوصاً در ایالات متحده، چندان مطلوب نیست و این چشم انداز کلی، عملکرد ناموزون شرکت‌ها را به دلیل رقابت شدید، به ویژه در بازارهای بالغ غربی، پنهان می‌سازد. سهم فزاینده تجارت الکترونیک (که در حال حاضر در ایالات متحده ۱۰ درصد و یا به عبارتی ۵۲۵ میلیارد دلار است) در کنار برخی از عوامل دیگر، یک عامل کلیدی برای تحول محسوب می‌شود. همچنین تغییرات در ترجیحات مصرف‌کننده و ورود شرکتهای تازه وارد با هوش تجاری بالا، منجر به شکل‌گیری قالب‌های جدید، طرح‌های متعدد کانال ارتباط با مشتری، تغییرات در شیوه قیمت‌گذاری و ترکیب محصول و پیدایش برندهای کوچکتر می‌شود.

در این زمینه، تمام خرده فروشان ناگزیرند خود را با سرمایه‌گذاری قابل توجه به ویژه در تجارت الکترونیک و فن‌آوری‌های جدید، کاهش هزینه‌های عملیاتی، صرفه‌جویی در هزینه‌های زنجیره تامین و تحولات آزمایشگاهی انطباق دهند. برخی از شرکت‌های سنتی^۰ اجناس خود را از طریق وبسایت اشخاص ثالث به فروش می‌رسانند، برخی از خرده فروشان آنلاین نیز اقدام به افتتاح فروشگاه‌های شهری نموده‌اند. با این حال، تمام شرکت‌ها ظرفیت سازگاری با شرایط جدید را ندارند. بخش خرده فروشی در آینده شاهد تعطیلی و ورشکستگی شرکتهای کوچک و متوسط قدیمی و همین‌طور شرکتهای بزرگ خواهد بود. علیرغم اینکه در بازه زمانی ۲۰۱۵ تا ۲۰۱۷ تعداد ورشکستگیها ۳۴ مورد اعلام شد اما در سال ۲۰۱۸، در بخش خرده فروشی ۵۱ شرکت بزرگ (شرکت‌هایی با گردش مالی بیش از ۵۰ میلیون یورو) شامل ۲۴ شرکت در اروپای غربی و ۱۵ شرکت در ایالات متحده، ورشکست گردیدند.

ارزیابی ریسک

^۰ - شرکتهای کاملاً فیزیکی با عنوان شرکتهای mortar-and-brick (یا سنتی) شناخته می‌شوند.

انتظار می‌رود مصرف خانوار، که اصلی‌ترین عامل رشد بخش خرده فروشی است، به دلیل کاهش رشد اقتصادی در اغلب اقتصادهای پیشرفته، به ویژه در اروپا آسیب ببیند. با این حال، این وضعیت در اقتصادهای بزرگ نوظهور مانند برزیل، چین و هند که چشم‌انداز مثبتی دارند، متفاوت است. فروش خرده فروشی‌های جهانی از جمله فروش‌های آنلاین، در سال ۲۰۱۸ کماکان شاهد رشد بوده و با ۳/۴ درصد افزایش به بیش از ۲۸ هزار میلیارد دلار رسید. در حالی که این شاخص در سال ۲۰۱۷ حدود ۲۶/۸ هزار میلیارد دلار بود و علت اصلی این امر، شتاب مستمر تجارت الکترونیک می‌باشد.

انتظار می‌رود سهم بازار فروش آنلاین کالاهای مصرفی طی دهه آینده در اغلب بازارهای نوظهور افزایش یافته و ۹ درصد بازار خرده فروشی را در سال ۲۰۲۵ تشکیل دهد. با پیدایش منبع جدیدی برای رقابت، بنگاه‌های سنتی تحت فشار قرار گرفته‌اند و به منظور مقابله با این چالشها، مجبور هستند در راهبردهای خود و بخصوص در راهبردهای تامین کالا تجدید نظر کنند. یک تغییر کلیدی در این رابطه، افزایش برندسازی محصول است. تغییر اساسی دیگر، گرایش به سمت همبستگی بین خرده فروشان آنلاین و سنتی می‌باشد.

ارزیابی ریسک صنعت خرده فروشی در مناطق مختلف جهان

منطقه	آمریکای لاتین	آمریکای شمالی	اروپای مرکزی و شرقی	اروپای غربی	آسیا	خاورمیانه و ترکیه
ریسک ☆	متوسط	بالا	متوسط	متوسط	متوسط	بالا

☆ درجات مختلف ریسک شامل چهار درجه کم، متوسط، بالا و بسیار بالا می‌باشد.

تقاضا

انتظار می‌رود رشد اقتصاد جهانی در سال ۲۰۱۹، با افت مختصری مواجه شود. کوفاس، رشد ۳ درصدی را در سال ۲۰۱۹ پیش بینی می‌کند که این میزان رشد می‌تواند سبب تقویت بخش خرده فروشی شود. الگوهای مصرف خانگی، در حال تجربه تغییرات بزرگ هستند. در اقتصادهای پیشرفته، تمایل شدیدی نسبت به خرید الکترونیکی وجود دارد و افزایش طبقه متوسط در اقتصادهای نوظهور، به ویژه در چین به تقویت تقاضا در بخش خرده فروشی کمک می‌کند. طبق ارزیابی کوفاس، رشد چین در سال ۲۰۱۹ ۶/۲ درصد خواهد بود، در حالی که این رقم در سال ۲۰۱۸ حدود ۶/۶ درصد بوده است. همچنین پیش بینی می‌شود تقاضا در بخش خرده فروشی، همچنان بالا باشد و به تقویت طبقه متوسط منجر گردد.

در آمریکای لاتین، وضعیت اقتصادی برزیل با توجه به پیش بینی رشد ۱/۸٪ در سال ۲۰۱۸ و ۲/۸٪ در سال ۲۰۱۹ بهبود یافته است. همچنین پس از دو سال رکود اقتصادی، روند افزایشی مصرف خانوارها و کاهش نرخ تورم مشاهده شده است. این امر سبب افزایش تقریباً ۳ درصدی فروش ماه اوت ۲۰۱۸ نسبت به سال قبل گردید. در آرژانتین، چشم انداز بخش خرده فروشی به شدت نامناسب است، زیرا این کشور بحران شدید ارزی را تجربه نموده است. موسسه کوفاس، کاهش سطح فعالیتهای اقتصادی را. این شاخصها ممکن است در آینده بر سلامت بخش خرده فروشی آرژانتین تاثیر منفی بگذارند.

در ایالات متحده، با توجه به بالا رفتن اعتماد مصرف کننده و قدرت خرید خانوارها و آمار پایین بیکاری (۳/۷٪ در سپتامبر ۲۰۱۸)، پیش بینی می شود فروش خرده فروشیها بین ماه ژانویه تا سپتامبر ۲۰۱۸ نسبت به دوره مشابه در سال قبل تا ۴/۴ درصد افزایش یافته باشد. با این حال، انتظار می رود افزایش اساسی در هزینه اعتبارات، به طور جدی بر روی خانوارهای فقیر و میزان مصرف آنها تاثیر بگذارد. علاوه بر این، به دلیل بالا بودن بدهیها (۷۷/۳ درصد از تولید ناخالص داخلی در سه ماهه دوم سال ۲۰۱۸) و کاهش میزان پس انداز در دو سال گذشته، فرصت تغییر شرایط برای خانوار اساساً محدود است.

شرایط محیطی منطقه یورو، از اقتصاد مصرف خانوار حمایت نمی کند. انتظار می رود بعد از پشت سر گذاشتن نرخ رشد ۱/۹ درصدی در سال ۲۰۱۸، نرخ رشد در سال ۲۰۱۹، ۱/۸ درصد باشد. شاخص اعتماد خانوار نیز در سپتامبر سال ۲۰۱۸، ۲/۹- بود که نسبت به سال قبل (۱/۲-) کمتر می باشد. همچنین شاخص اعتماد تجاری با این که هنوز مثبت می باشد، اما طی یک سال تا ۳/۲ درصد کاهش یافت و در سپتامبر سال ۲۰۱۸ به ۴/۶ درصد رسید. با این حال، با توجه به کم شدن امکان پس انداز و افزایش ناچیز حقوق و دستمزدها در انگلستان، مصرف کنندگان مجبور شده اند هزینه خود را کاهش بدهند.

عرضه

بخش خرده فروشی، همچنان تحت سلطه شرکتهای عمده آمریکایی قرار دارد. طبق گزارش موسسه Deloitte (Deloitte Global Power of Retailing Report) و بر اساس درآمدهای سال ۲۰۱۶، شرکتهای Wal-Mart Stores Inc، با درآمد ۴۸۶ میلیارد دلار، Costco Wholesale Corporation با درآمد ۱۱۸ میلیارد دلار و Kroger Co با درآمد ۱۱۵ میلیارد دلاری، سه شرکت برتر در این زمینه بودند. به طور کلی، در اقتصادهای پیشرفته، شرکتهای به منظور پاسخ به ترجیحات متغیر مصرف کنندگان سعی دارند در ارائه محصولات خود، تغییرات قابل توجهی اعمال نمایند.

در ایالات متحده، فروش‌های خرده‌فروشی طی سه ماه سال ۲۰۱۸ تا ۶ درصد رشد کرد و این میزان رشد، عمدتاً به دلیل رشد ۸/۹ درصدی استفاده از تجارت الکترونیکی بود. این در حالی است که ورشکستگی شرکت Sears وضعیت شکننده شرکت‌های خرده‌فروشی را نشان داد و مشکلات این شرکتها را در رقابت با شرکت‌های تجارتي الکترونیکی مانند آمازون (که در سال ۲۰۱۶ نسبت به سال ۲۰۱۵ در حدود ۱۹ درصد افزایش فروش داشت) آشکارتر نمود.

در گزارش سال ۲۰۱۸ موسسه Deloitte، از شرکت‌های آلمانی Schwarz، Aldi و Unternehmenstreuhand KG و شرکت فرانسوی Carrefour به عنوان سه شرکت عمده اروپایی نام برده شده است که به ترتیب در حدود ۹۹ میلیارد دلار، ۸۵ میلیارد دلار و ۸۴ میلیارد دلار درآمد داشته‌اند. این در حالی است که رقابت در فروش آنلاین در سراسر منطقه بالا بوده، اما شرایط آن بسیار نامشخص است. در انگلستان، بازیگران صنعت، احتمالاً طرح‌های توسعه‌ای خود را در سایه برگزیت مورد بازنگری قرار می‌دهند. علاوه بر این، ورشکستگی‌های تجاری در بخش خرده‌فروشی در حال افزایش است. در صورتی که انگلستان، اتحادیه اروپا را بدون توافق با اتحادیه مذکور ترک نماید، پیش‌بینی می‌شود بخش خرده‌فروشی، از جمله بخش‌هایی باشد که بیشترین آسیب را متحمل خواهد شد.

همچنین شرکت‌های خرده‌فروشی در آمریکای لاتین، از شرایط اقتصادی نسبتاً مناسب در برزیل بهره‌مند خواهند شد. با توجه به این که شرکت Carrefour در نیمه اول سال ۲۰۱۸، رشد ۵/۸ درصدی فروش را تجربه نمود، شرکت مذکور برغم کاهش قیمت مواد غذایی از وضعیت مثبت مالی برخوردار می‌شود. چشم‌انداز خرده‌فروشی چین نیز، با وجود شرکت بزرگ بین‌المللی مانند Alibaba بسیار پویا است. با این حال، سطح بالای بدهی‌های شرکت‌های چینی، که در سال ۲۰۱۶ به ۱۴۵ درصد از تولید ناخالص داخلی رسید، نکته قابل بررسی محسوب می‌شود.