



Маркет Аналитика

РОССИЙСКИЙ РЫНОК ПРОДУКТОВОГО РИТЕЙЛА. МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РЫНКА

Данное маркетинговое исследование российского рынка продуктового ритейла подготовлено компанией «Маркет Аналитика» исключительно в информационных целях. Компания «Маркет Аналитика» не дает гарантии полноты и точности информации. Информация, содержащаяся в исследовании, не должна быть прямо или косвенно истолкована покупателем, как рекомендательная по ведению бизнеса.

Информация, представленная в данном исследовании, была получена из открытых источников, баз данных и собственного информационного архива, а также обработана и проанализирована специалистами компании «Маркет Аналитика» с помощью различных маркетинговых инструментов.

Данное исследование или его часть не может тиражироваться или распространяться третьим лицам без письменного на то разрешения компании «Маркет Аналитика»

Москва, октябрь 2016



СОДЕРЖАНИЕ

I. ВВЕДЕНИЕ	Ошибка! Закладка не определена.
II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ	Ошибка! Закладка не определена.
III. АНАЛИЗ РЫНКА ПРОДУКТОВОГО РИТЕЙЛА	Ошибка! Закладка не определена.
1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА	Ошибка! Закладка не определена.
1.1 Понятие услуги	Ошибка! Закладка не определена.
1.2 Показатели социально-экономического развития	4
1.3 Описание влияющих рынков	Ошибка! Закладка не определена.
1.4 Резюме по разделу	Ошибка! Закладка не определена.
2. СТРУКТУРА РЫНКА ПРОДУКТОВОГО РИТЕЙЛА	7
2.1 Сегментация Рынка продуктового ритейла	7
Дискаунтеры	Ошибка! Закладка не определена.
Супермаркеты	7
Гипермаркеты	Ошибка! Закладка не определена.
Магазины у дома	Ошибка! Закладка не определена.
2.2 Ценовая сегментация рынка продуктового ритейла	8
2.3 Сезонность на рынке продуктового ритейла	Ошибка! Закладка не определена.
2.4 Резюме по разделу	Ошибка! Закладка не определена.
3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА ПРОДУКТОВОГО РИТЕЙЛА	10
3.1 Объем и темпы роста рынка	10
3.2 Резюме по разделу	Ошибка! Закладка не определена.
4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА ПРОДУКТОВОГО РИТЕЙЛА	12
4.1 Уровень конкуренции	12
4.2 Описание профилей крупнейших игроков Рынка	13
Розничная сеть «Магнит» (ЗАО «Тандер»)	13
X5 Retail Group N.V.	Ошибка! Закладка не определена.
Компания «Ашан»	Ошибка! Закладка не определена.



Metro Group	Ошибка! Закладка не определена.
ГК ДИКСИ	Ошибка! Закладка не определена.
Сеть гипермаркетов «Лента».....	Ошибка! Закладка не определена.
O'Key	Ошибка! Закладка не определена.
4.3 Модели управления региональными торговыми сетями	15
4.4 Резюме по разделу.....	Ошибка! Закладка не определена.
5. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ ПРОДУКТОВОГО РИТЕЙЛА	
Ошибка! Закладка не определена.	
5.1 Особенности сбытовой политики на Рынке.....	Ошибка! Закладка не определена.
5.2 Нормативные документы, регулирующие деятельность на рынке	Ошибка! Закладка не определена.
5.3 Основные каналы продвижения на рынке.....	Ошибка! Закладка не определена.
5.4 Резюме по разделу.....	Ошибка! Закладка не определена.
6. АНАЛИЗ ПОВЕДЕНИЯ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА ПРОДУКТОВОГО РИТЕЙЛА	16
6.1 Описание потребительского поведения на рынке	16
6.2 Резюме по разделу.....	Ошибка! Закладка не определена.
7. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ	18
7.1 Основные тенденции Рынка.....	18
7.2 STEERPLE-анализ рынка	18
7.3 Риски и барьеры при выходе на рынок	19



1.2 ПОКАЗАТЕЛИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

В настоящее время российская экономика находится в состоянии серьезного кризиса и, несмотря на текущую относительную стабилизацию курса валют, по оценкам аналитиков положение экономики на сегодняшний день «стабильно тяжёлое». Серьезные перемены во внешнеполитических отношениях РФ с западными странами, общая напряженная политическая обстановка во многих государствах, падение цен на нефть, а вследствие этого и значительное снижение курса рубля – эти факторы оказали непосредственное влияние на уровень жизни россиян в 2014-2016гг. Естественно, такие перемены не могли не повлиять на развитие индустрии развлечений в целом и рынка детских развлечений в частности.

Исследуемый Рынок находится под влиянием основных социально-экономических показателей России, и в первую очередь:

- Внутренний валовой продукт (ВВП)
- Уровень инфляции
- Уровень доходов населения
- Уровень занятости населения
- Объем розничной торговли

Внутренний валовой продукт (ВВП). Промышленное производство

По данным «ФСГС РФ» за 2015г. **объем ВВП** достиг отметки в ... руб., что означает сокращение ВВП на ...% относительно 2014г.

Как видно из диаграммы, экономический кризис ознаменовал собой снижение темпов роста ВВП в 2014, и падение в 2015г. По прогнозам МВФ, в 2017 г. Ожидается рост российской экономики до ...%.

Уровень занятости

В июле 2016г. «Росстат» подвел итоги выборочного обследования населения по проблемам занятости, согласно которому численность экономически активного населения в возрасте 15-



72 лет (занятые + безработные) составила ... млн. человек, или около ...% от общей численности населения страны.

Объем ввода торговых площадей в Москве в третьем квартале 2016 года

В 3 кв. 2016 года в Москве было введено ... кв. м качественных торговых площадей, что в четыре раза выше результата 3 кв. предыдущего года. ... В течение 2017 года на рынок Москвы ожидается выход около ... кв. м новых качественных центров, что на ...% уступит прогнозируемому результату 2016 года. Вследствие ввода новых торговых центров доля свободных площадей в Москве в 3 кв. 2016 года увеличилась с ...% до ...%.

Объем торговых площадей на 1 тыс. человек в России

В 2016 г. на рынке торговой недвижимости России ожидается рекордный объем ввода торговых центров за всю историю существования – ... кв. м, из них ... кв. м придется на регионы, что свидетельствует об активной экспансии девелоперов на региональных рынках, отмечают аналитики международной консалтинговой компании Knight Frank.

В I полугодии 2016 г. в региональных городах России было введено в эксплуатацию ... качественных торговых центров суммарной торговой площадью ... кв. м.

Таблица 1. Крупнейшие торговые центры, введенные в эксплуатацию в I полугодии 2016 г. в региональных городах России

Название	Город	Адрес	ГБА, кв. м	GLA, кв. м

Источник: «Knight Frank», 2016г.



В структуре предложения качественных торговых площадей в России Москва занимает долю ...%, Санкт-Петербург – %.

Диаграмма 13. Структура предложения качественных торговых площадей в России, %



Источник: «Knight Frank», 2016



1. СТРУКТУРА РЫНКА ПРОДУКТОВОГО РИТЕЙЛА

2.1 Сегментация Рынка продуктового ритейла

В зависимости от количества магазинов, работающих под одной маркой, на рынке продуктового ритейла можно выделить сетевые и несетевые форматы розничной торговли.

К сетевым можно отнести следующие форматы розничной торговли:

- cash & carry
- гипермаркеты
- ...

...

Одной из основных тенденций в 2015 - I полугодии 2016 гг. является рост популярности магазинов формата «у дома», и сокращение среднего чека в гипермаркетах. Это объясняется стремлением людей покупать меньше, покупать только то, что действительно необходимо, избегая крупных трат, традиционно сопровождающих поездки в гипермаркет на выходных.

Эта тенденция нашла свое отражение и в стратегии развития крупнейших сетевых игроков на рынке продуктового ритейла. Так, например, ГК «ОКЕЙ», входящая в ТОП-10 продуктовых ритейлеров в России активно развивает формат дискаунтеров «ДА!». В первом полугодии 2016 г. было открыто ... магазинов. Всего за текущий год компания планирует открыть порядка ... магазинов этого формата. Быстро развиваются сети дискаунтеров нестандартных форматов. Магазин фиксированных цен Fix Price открыл более ... магазинов и в 2016 году планирует открыть еще около Работающая в аналогичном формате сеть «Заодно» открыла ... магазинов.

СУПЕРМАРКЕТЫ

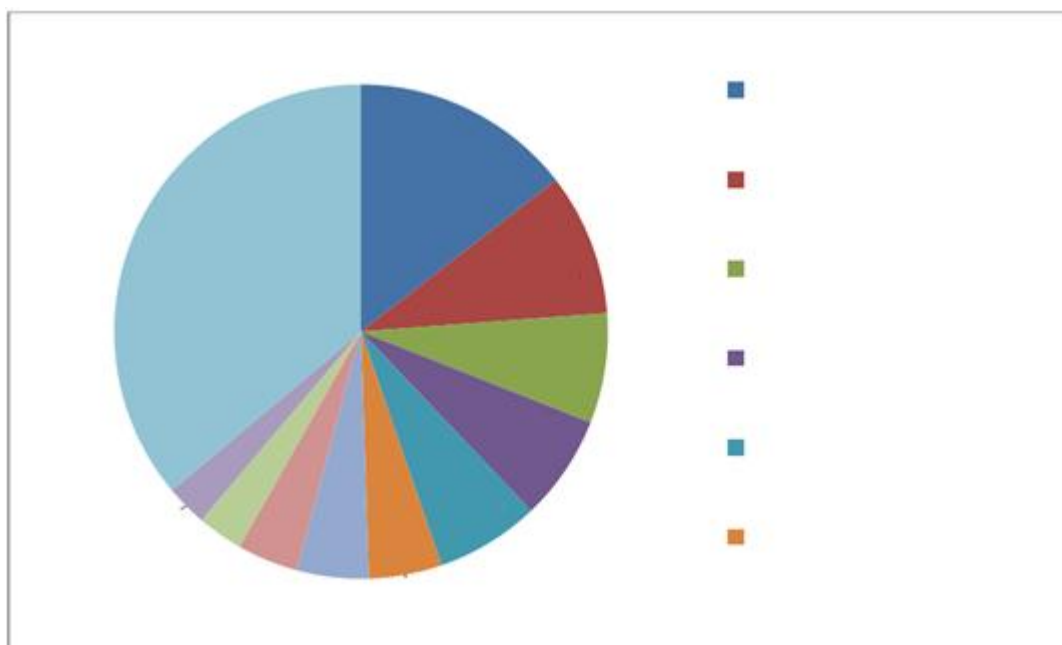
Магазин розничной торговли с торговой площадью от ... до ... кв. м., где продается по крайней мере ...% пищевых продуктов и товаров повседневного спроса (например,



«Перекресток», «Седьмой континент», «Спар»). Это сегмент с наибольшим числом местных и региональных сетей. ...

Одной из особенностей сегмента супермаркетов является относительно сильное позиционирование региональных игроков, по сравнению с другими сегментами. ...

Диаграмма 15. Доли сетей формата «супермаркет» в России в 2015 г.



Источник: Маркетинговая компания PMR, 2016

2.2 Ценовая сегментация рынка продуктового ритейла

Как правило, в области розничной торговли конкуренция идет по следующим параметрам: по цене продукции, по разнообразию предоставляемой продукции, по географическому охвату. Однако в существующих условиях основополагающим фактором конкуренции является цена продукции.



В зависимости от ценовой политики продуктовые сети классифицируются следующим образом:

- Премиум-класс;
- Средний класс;
- Масс-маркеты;
- Нижний сегмент.

...



2. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА ПРОДУКТОВОГО РИТЕЙЛА

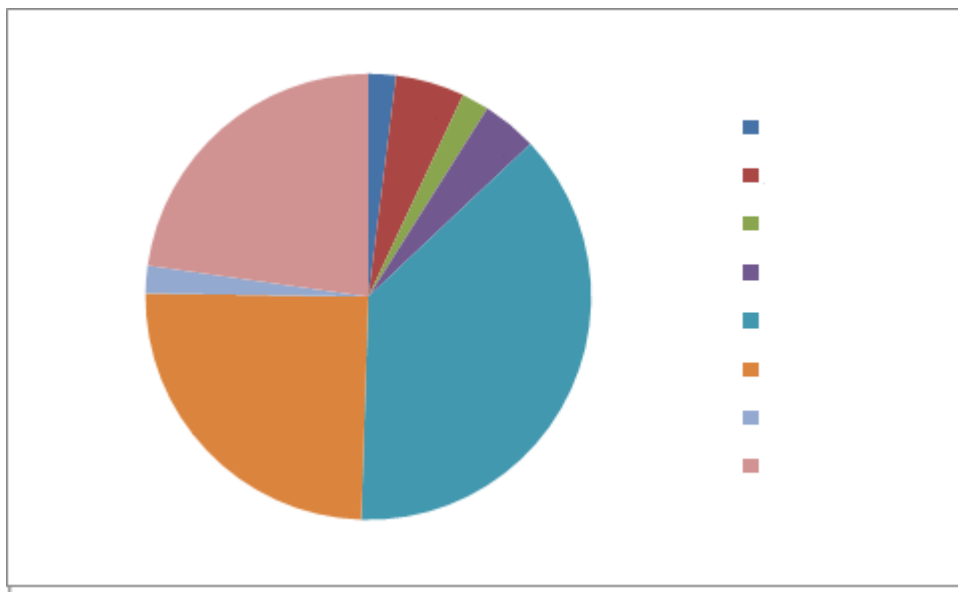
3.1 Объем и темпы роста рынка

Рынок сетевой продовольственной розницы продолжает консолидироваться, а его игроки - наращивать выручку.

...

На 1 июля 2016 года суммарные торговые площади ТОП-150 сетей FMCG составили более ... кв. м. Более ...% прироста во II кв. 2016 года пришлось на ТОП-7 крупнейших ритейлеров FMCG России... Наибольший вклад в прирост торговых площадей во II кв. 2016 года внесли X5 Retail Group, «Магнит», «Лента» и Auchan Retail Россия. ...

Диаграмма 17. Структура прироста торговых площадей 150 крупнейших ритейлеров России во II кв. 2016 года, %



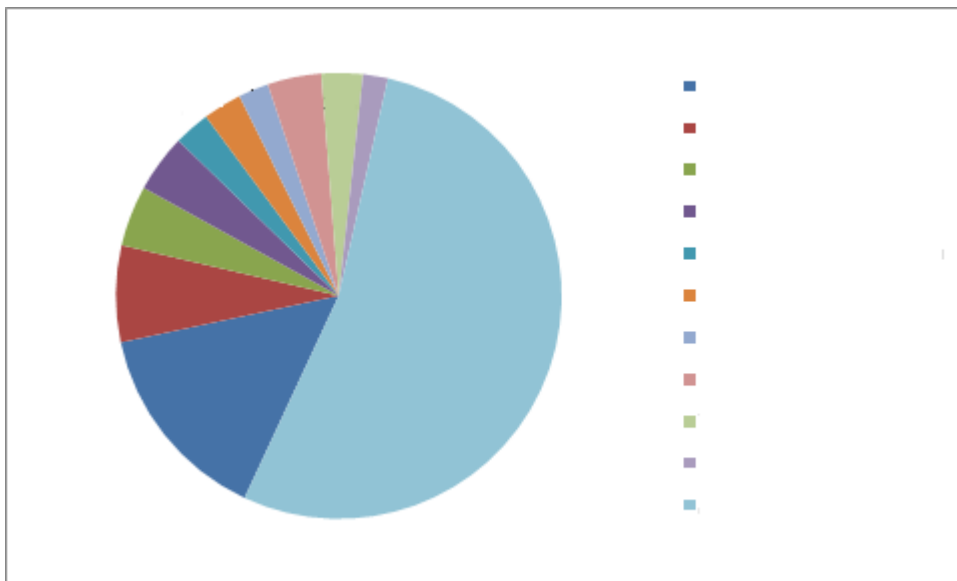
Источник данных: Информационное Агентство «INFOLine», 2016

...



Среди регионов, внесших наиболее заметный вклад в оборот розничной торговли, следует отметить Москву (...%), Московскую область (...%), Санкт-Петербург (...%) и Краснодарский край (...%) и Свердловскую область (...%).

Диаграмма 19. Структура оборота розничной торговли по субъектам РФ, 2016 г.



Источник: данные «ФСГС», 2016



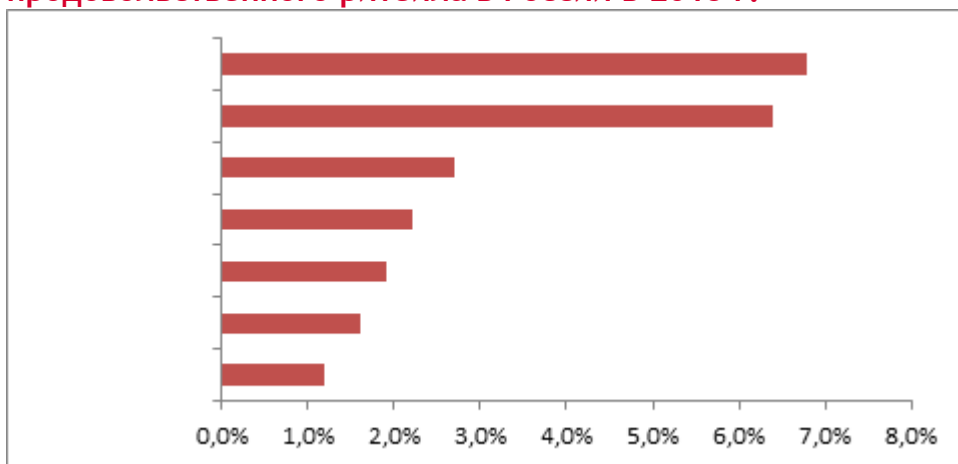
3. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА ПРОДУКТОВОГО РИТЕЙЛА

4.1 Уровень конкуренции

В 2015 г. российский рынок столкнулся с замедлением роста в связи с ухудшением экономической ситуации в России. Многие локальные сетевые ритейлеры были вынуждены уйти с рынка, не выдержав конкуренции с сетями федерального масштаба и крупнейшими международными игроками рынка продуктового ритейла. В свою очередь крупные сети еще больше упрочили свои позиции, расширяясь в регионы, открывая новые магазины привычных форматов, а также внедряя новые форматы, адаптируясь к изменениям в потребительском поведении россиян в кризисном 2015 г.

Конкуренция между ритейлерами остается крайне высокой. ...

Диаграмма 22. Доли крупнейших продуктовых сетей на рынке продовольственного ритейла в России в 2015 г.



Источник данных: По оценке компании «Маркет Аналитика», 2016

Рассмотрим представленные компании подробнее.



4.2 Описание профилей крупнейших игроков Рынка

Розничная сеть «Магнит» (ЗАО «Тандер»)

<http://www.magnit-info.ru>

О компании

Компания существует с 1994 года. Изначально сферой деятельности компании была оптовая торговля бытовой химией. Розничной торговлей компания занимается с 1998 года. В 1999 начала развивать сеть дискаунтеров в Краснодарском крае. ...

Продуктовые сети

- «Магнит»
- Гипермаркет «Магнит»
- Гипермаркет «Магнит Семейный»
- «Магнит Косметик»

...

Ключевые показатели I пол. 2016 г.

По состоянию на 1 сентября 2016 года общее количество магазинов сети «Магнит» составляло ... (... магазинов у дома, ... гипермаркет «Магнит», ... супермаркетов «Магнит Семейный», ... «Магнит Косметик»). ...

В 2016 году «Магнит» планирует открыть до ... гипермаркетов, ... магазинов у дома и ... магазинов «дрогери», что несколько меньше чем в 2015 году. При этом «Магнит» не планирует экспансии за рубежом и выход в соседние государства и сфокусирован на российском рынке. ...

В 2015 году инвестиции составили ... млрд. рублей, из которых ... млрд. руб. пришлось на недвижимость и ... млрд. руб. на оборудование. ...



Чистая выручка сети «Магнит» в I пол. 2016 года составила ... руб., увеличившись на ...% к уровню I пол. 2015 года.

...

Планируемые открытия гипермаркетов

- В III кв. 2016 года планируется открытие двух гипермаркетов «Магнит» в Алтайском крае
- В III кв. 2016 года планируется открытие 3 гипермаркетов «Магнит» в Мурманской области
- ...
- Во II пол. 2016 года планировалось открытие гипермаркета «Магнит» в Ижевске по адресу: ... Однако в июле 2016 года стало известно, что администрация Ижевска планирует выкупить обратно этот земельный участок.
- ...
- ...

Частные марки

Доля СТМ в продажах компании в I пол. 2016 года снизилась с ...% до ...%. Под СТМ у «Магнита» находится ... товарных позиции, около ...% из которых – продукты питания. ...

...



4.3 Модели управления региональными торговыми сетями

В России сформировалось несколько моделей управления региональными торговыми сетями:¹

- **«Инвестиционная» модель.** Данная модель не слишком популярна и лишь частично связывает объекты торговой сети. ...
- **«Холдинговая» модель** считается более распространенной. Ее главная особенность состоит в том, что центральный офис определяет всю закупочную политику сети. ...
- ...

В последние годы розничные торговые сети активно используют систему франчайзинга, как один из видов расширения регионального присутствия. В качестве примера можно привести сеть «Спар», магазины которой широко представлены на российском рынке.

¹ Источник: Журнал «Продвижение Продовольствия. Prod&Prod».



4. АНАЛИЗ ПОВЕДЕНИЯ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА ПРОДУКТОВОГО РИТЕЙЛА

6.1 Описание потребительского поведения на рынке

По данным скан-панели домохозяйств исследовательской компании «Ромир», в июле 2016 года повседневные расходы россиян выросли на ...% по сравнению с июнем, немного обогнав официальную инфляцию, рассчитанную Росстатом в размере ...%. Относительно июля 2015 года повседневные расходы выросли на ...%, что несколько не достигает накопленной инфляции в ...%. Таким образом, «очищенные» от инфляции расходы остаются, как и в июне, на уровне ниже показателей 2013-2015 гг. ...

...

Изырядно сократив свои расходы в июне 2016 года, в середине лета представители средне- и высокодоходных групп решили изменить тактику повседневных трат. В обеих группах рост расходов в июле 2016 года относительно предыдущего месяца составил ...%. ...

По данным скан-панели домохозяйств², средний чек горожанина в июле 2016 года средний чек увеличился на ...% относительно июня 2016 года и вырос до ... руб. Таким образом, средний чек уже шесть месяцев подряд сохраняет крайне низкие значения, близкие к показателям конца 2013-начала 2014 года. По сравнению с июлем 2015 года средний чек сократился на ... руб., что в процентном выражении составляет ...%). С учетом накопленной за год инфляции в ...% сокращение среднего чека составило (...%).

...

Потребительские ожидания и уверенность населения

² <http://romir.ru/indexofaverageticket>



Несмотря на сохранение сложной ситуации в экономике, население демонстрирует восстановление спроса. В августе ЦБ РФ отметил, что восстановление спроса по группе товаров с высокой ценовой эластичностью увеличивает инфляционные риски уже в 2017 году. Кроме того, продолжает усугубляться положение с повышенным уровнем кредитной нагрузки для части населения.



5. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

7.1 Основные тенденции Рынка

- Переформатирование ряда сетей;
- Увеличение популярности магазинов малых форматов;
- Замедление потребительского спроса;
- ...

7.2 STEEPLE-анализ рынка

STEEPLE-анализ - маркетинговый инструмент, предназначенный для выявления политических (Political), экономических (Economic), социальных (Social), технологических (Technological), экологических (Ecology), правовых (legal) и этических (Ethic) аспектов внешней среды которые могут повлиять на стратегию компании. . Каждый фактор имеет знак (-) или (+) – в зависимости от качества влияния его на рынок. Данный вид анализа выявляет значимые для развития рынка факторы, а также представляет оценку степени влияния этих факторов на изучаемую отрасль.

S	Социальные факторы
•	Переход на потребление продуктов более низких ценовых категорий (-)
•	...
T	Технологические факторы
•	Появление новых технологий производственных технологий на рынке продуктов питания (+)
•	...
E	Экономические факторы
•	
E	Факторы окружающей среды
•	



Р	Политические факторы
•	
Л	Правовые факторы
•	
Е	Этические факторы
•	

Источник: «Маркет Аналитика»

...

7.3 Риски и барьеры при выходе на рынок

Барьерами для выхода на рынок нового игрока могут стать следующие факторы:

- **Отсутствие собственных средств**
- **Нехватка торговых площадей и высокая стоимость аренды**
- ...

Рисками для компаний, существующих на рынке, могут стать:

- **Ухудшение макроэкономической ситуации в России.**
- ...



Маркет
Аналитика

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

По поводу приобретения готовых маркетинговых исследований компании «Маркет Аналитика» обращайтесь по указанным контактам.

Контактная информация:

Телефон: +7 (495) 720-13-80

E-mail: info@marketanalitika.ru

WWW.MARKETANALITIKA.RU