+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

Российские розничные продовольственные сети

https://marketpublishers.ru/r/R4FFB633EB6RU.html
Дата: 22.04.2010
Страниц: 291
Цена: (Лицензия на одного пользователя)
Артикул: R4FFB633EB6RU

Описание

Агентство DISCOVERY Research Group завершило исследование бизнеса розничных продовольственных сетей в России и рынка продовольственного ритейла в целом

В 2009 году оборот розничной торговли составил 14516,9 млрд. руб. Оборот розничной торговли продовольственными товарами по итогам 2009 года составил 7062,4 млрд. руб. В целом за год оборот розничной торговли продовольственными товарами составил 97,5% к уровню 2008 года. Однако в течение года наблюдался постепенный рост оборота в денежном выражении.

Сектор продуктового ритейла в 2009 году оказался в наиболее выигрышном положении, особенно дискаунтеры. Розничные сети сумели удержать обороты и даже нарастить продажи. Им, конечно, пришлось сокращать торговые позиции, предлагать скидки, устраивать распродажи, а также сокращать инвестиционные программы и урезать издержки на персонал. Но тем не менее, затраты на продукты сокращаются в последнюю очередь.

По мнению аналитиков, снижение реальных доходов населения и ухудшение показателей потребительской уверенности в условиях экономического кризиса обусловило не только сокращение потребления продовольственных товаров, но и изменение структуры потребления по России в целом.

Некоторые потребители разочаровались в сетевых магазинах, которые оказались неспособны обеспечить действительно низкие цены, и переориентировались на приобретение продовольственных товаров на рынках. Однако такие переориентировавшиеся покупатели остаются в меньшинстве и доля продаж крупнейших ритейлеров растет: с каждым годом увеличивается доля крупных сетей. Доля сетей в организованной торговле выросла с 28,3% в декабре 2008 года до 30,5% в декабре 2009 года, а две трети ритейлеров в 2009 году даже увеличили рублевую выручку.

По прогнозу Министерства экономического развития, в 2010 году ожидается рост оборота розничной торговли в размере 2,1% по сравнению с 2009 годом, в 2011 году - рост на 3,2%. В 2012 году также, согласно прогнозу, будет такой же рост, как и в 2011 году, - на 3,2%.

В новых условиях больше шансов у магазинов низкой и средней доступности. Поэтому, например, X5 Retail Group в большей степени развивает сеть «Пятерочка», нежели «Перекресток».

Российский рынок по прежнему интересует западных игроков. По оценкам экспертов, РФ занимает десятое место в числе стран, наиболее привлекательных для развития ритейла

Цель исследования

Описать текущее состояние и перспективы развития розничных продовольственных сетей в России в 2008 –2009 гг.

Задачи исследования

Выделить и охарактеризовать основные современные форматы розничной торговли продовольственными товарами.

Охарактеризовать эволюцию форматов розничной торговли продовольственными товарами в России.

Описать текущее состояние российского рынка розничной торговли продовольственными товарами.

Определить объем и темпы роста российского розничного продовольственного рынка.

Определить объем и темпы роста продаж через розничные продовольственные сети в России.

Определить ведущих игроков рынка и их долей в обороте.

Выделить и охарактеризовать сегменты рынка продовольственного ритейла в России по следующим показателям:

объем сегмента;

+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

доля сегмента;

темпы роста сегмента;

потенциал роста сегмента.

Охарактеризовать основные тенденции и факторы, влияющие на состояние рынка продовольственного ритейла.

Охарактеризовать состояние и перспективы развития отдельных региональных рынков продовольственного ритейла по критериям:

уровень социально-экономического развития и потребления в регионе;

стадия развития рынка и уровень конкуренции;

региональный оборот розничной торговли и темпы его роста;

доля оборота розничной торговли через продовольственные розничные сети в регионе;

количество сетевых операторов розничной торговли, присутствующих в регионе;

основные события на рынке.

Дать характеристику крупнейших игроков российского рынка продовольственного ритейла по параметрам:

объем и темпы роста розничных продаж сети;

совокупная площадь торговых точек сети;

количество и прирост торговых точек сети;

позиция компании на рынке ритейла;

основные события с участием компании;

+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

приоритетные направления деятельности и перспективы развития.

Метод сбора данных

Мониторинг материалов печатных и электронных деловых и специализированных изданий, аналитических обзоров рынка; Интернет; материалов маркетинговых и консалтинговых компаний; результаты исследований DISCOVERY Research Group.

Метод анализа данных

Традиционный контент-анализ документов.

Информационная база исследования

Печатные и электронные, деловые и специализированные издания.

Ресурсы сети Интернет.

Материалы компаний.

Аналитические обзорные статьи в прессе.

Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.

Экспертные оценки.

Интервью с производителями и другими участниками рынка.

Материалы отраслевых учреждений и базы данных.

Базы данных Discovery Research Group.

+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

Содержание

ГЛАВА 1. ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ИССЛЕДОВАНИЯ

Цель исследования
Задачи исследования
Метод сбора данных
Метод анализа данных
Информационная база исследования

ГЛАВА 2. ФОРМАТЫ СЕТЕВОЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫМИ ТОВАРАМИ В РОССИИ

§ 1. Признаки классификации и виды розничных сетей
§ 2. Классификация розничных сетей по формату
Классификация форматов предприятий розничной торговли по госту
Современные форматы сетевых розничных продовольственных магазинов

ГЛАВА 3. ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ СОСТОЯНИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РИТЕЙЛА В 2008-2009 ГОДАХ

§ 1. Общее состояние экономики рф в 2009 году и прогноз на 2010 год
§ 2. Объем рынка и темпы роста рынка розничной торговли продовольственными товарами в россии 2009 году
§ 3. Влияние кризиса на продуктовый ритейл.
§ 4. Прогноз динамики розничной торговли в 2010-2011 гг.

ГЛАВА 4. РАССТАНОВКА СИЛ ИГРОКОВ

ГЛАВА 5. СЕГМЕНТЫ РЫНКА ПРОДУКТОВОГО РИТЕЙЛА

§ 1. Сегменты рынка по формату
§ 2. Сегменты рынка по ценовой категории
§ 3. Развитие сегментов по формату в регионах

ГЛАВА 6. КЛЮЧЕВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РИТЕЙЛА В ПЕРИОД КРИЗИСА

§ 1. Изменение покупательского поведения

§ 2. Ставки на аренду торговых площадей
§ 3. Консолидация рынка
§ 4. Экспансия западных сетей на российский рынок
§ 5. Ценовая конкуренция
§ 6. Акцент на развитии формата дискаунтера
§ 7. Акцент на развитии магазинов мини-формата
§ 8. Оптимизация ассортимента
Сокращение товарных позиций в ассортименте
Смещение ассортимента в пользу товаров, более доступных по цене
Замещение импорта
§ 9. Частные торговые марки (private label)
§ 10. Развитие розничных сетей в мегаполисах
§ 11. Развитие интернет торговли продуктами питания
§ 11. Изменение законодательства в сфере розничной торговл

ГЛАВА 7. ОСНОВНЫЕ ИГРОКИ НА РЫНКЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РИТЕЙЛА

§ 1. X5 Retail group
Общие сведения и показатели развития сети
Общие показатели развития сетей холдинга
Финансовые показатели x5 retail group в регионах
Форматы x5 retail group
Планы развития холдинга на 2010 год
Приобретения сети «патерсон»
Другие проекты
§ 2. ОАО «Магнит»
Общие сведения и показатели развития сети
«Магнит» в регионах
Форматы сети «Магнит»
Финансовые результаты 2009 года
Планы развития в 2010 году
Конкурентные преимущества сети «Магнит» в условиях кризиса
§ 3. ГК «Виктория»
Общие сведения
Показатели деятельности компании
Форматы магазинов гк «виктория»
Стратегия развития компании
§ 4. «Дикси»

Общие сведения и показатели развития сети
Финансовые результаты работы 2009 года
Планы развития на 2010 год
§ 5. «Лента»
Общие сведения и показатели развития сети
«Лента» в регионах
§ 6. ГК «О'кей»
Общие сведения и показатели развития сети
Финансовые и операционные показатели 2008-2009 гг.
Планы развития в 2010 году.
§ 7. «Копейка»
Общие сведения и показатели развития сети
Финансовые показатели тд «копейка» в 2009 году
Форматы торговли
§ 8. «Седьмой континент»
Общие сведения и показатели развития сети
Финансовые результаты 2009 года
Планы развития в 2010 году
§ 9. «Мосмарт»
Общие сведения и показатели развития сети
Общие показатели деятельности сети в 2008-2009 году
План восстановления сети «мосмарт»
§ 10. «Метро»
«Метро» в мире
«Метро» в россии
Планы развития компании в 2010 году.
§ 11. Auchan
«Ашан» в мире
«Ашан» в россии
Особенности «Ашан»
Новые форматы «Ашан»
Планы развития на 2010 год
§ 12. «Carrefour»
Общие сведения и показатели развития сети
§ 13. Rewe Group (billa, biop)
Billa
Biop

ГЛАВА 8. ХАРАКТЕРИСТИКАСЕТЕВОЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫМИ ТОВАРАМИ ПО ОКРУГАМ РФ.

§ 1. Центральный федеральный округ
Москва
Московская область
Центрально-черноземный район
§ 2. Северо-западный федеральный округ
Санкт-петербург
Сеть «Полушка»
§ 3. Приволжский федеральный округ
Самара
Нижний новгород
Саратов
Ижевск
Киров
§ 4. Уральский федеральный округ
Екатеринбург
§ 5. Сибирский федеральный округ
Новосибирск
Красноярск
«Алпи»
§ 6. Дальневосточный федеральный округ
Приморский край
§ 7. Южный федеральный округ
Ростов-на-дону

В отчете содержится 37 таблиц и 80 диаграмм.

+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

Диаграммы

ДИАГРАММЫ

Диаграмма 1 Оценка форматов сетевой розничной торговли по критериям: цена, качество обслуживания, внешняя и внутренняя среда, %.
Диаграмма 2 Оборот розничной торговли в России в 2004-2009 гг., млрд. руб.
Диаграмма 3 Удельный вес продовольственных и непродовольственных товаров в общем обороте розничной торговли в 2000-2009 гг., %
Диаграмма 4 Оборот и рост оборота розничной торговли продовольственными товарами в 2008-2009 гг. (поквартально), млрд. руб. и %.
Диаграмма 5 Структура оборота розничной торговли в денежном выражении в России в 2009 гг. по типам предприятий, %
Диаграмма 6 Структура оборота розничной торговли по федеральным округам РФ в 2008 году, %
Диаграмма 7 Структура оборота розничной торговли по федеральным округам РФ в 2004 году, %
Диаграмма 8 Доля продовольственных сетей в общем объеме розничной торговли продуктами питания в 2008-2009 гг.
Диаграмма 9 Доля 10 крупнейших продовольственных сетей по обороту за 2007 г., %
Диаграмма 10 Доля 10 крупнейших продовольственных сетей по обороту за 2008 г., %
Диаграмма 11 Изменение выручки от продаж розничных сетей в рублёвом эквиваленте за 2008 г. и 2009 г., %
Диаграмма 13 Самая быстрорастущая торговая сеть гипермаркетов в 2008 году (органический рост)
Диаграмма 14 Показатели роста крупнейших торговых сетей (количество открытых объектов и прирост торговых площадей) в 2008 г. (с учетом сделок M&A)
Диаграмма 15 Показатели развития наиболее быстро растущих сетей супермаркетов (количество открытых объектов и прирост торговых площадей) в 2008 г., тыс.кв.м.
Диаграмма 16 Показатели развития наиболее быстро растущих сетей магазинов у дома (количество открытых объектов и прирост торговых площадей) в 2008 г., тыс.кв.м.
Диаграмма 17 Структура рынка продовольственного ритейла на стадии развития рынка (по форматам)
Диаграмма 18 Структура рынка продовольственного ритейла на стадии зрелости рынка (по форматам)
Диаграмма 19 Доли форматов в общем объеме розничной торговли в 2007, 2010 и 2017 г. (прогноз), %
Диаграмма 20 Доля сетевой розничной торговли в регионах России по форматам в 2009 году

Диаграмма 21 Показатели насыщенности розничной торговли в регионах России по форматам в 2009 году (количество торговых точек на тысячу/10 тысяч/ миллион жителей)
Диаграмма 22 Доля домохозяйств с потребительской активностью выше средней в 2003-2009 гг., %
Диаграмма 23 Доля домохозяйств, которые ищут в магазинах самые низкие цены, в 2003-2009 гг., %
Диаграмма 24 Доля домохозяйств, предпочитающих отечественную продукцию, в 2007-2009 гг., %
Диаграмма 25 Доля премиального алкоголя в общем объёме продаж алкоголя в 2008-2009 гг., %
Диаграмма 26 Общий уровень инфляции и рост цен на отдельные категории товаров в 2009 году, %
Диаграмма 27 Места покупок основных продуктовых групп по форматам в 2008 г., %
Диаграмма 28 Места покупок основных продуктовых групп по форматам, 2009 г., %
Диаграмма 29 Доля частных марок в торговых сетях по категориям товаров в 2009 году, % от общего объёма категории
Диаграмма 30 Доли частных торговых марок в общем объёме выручки сетей в 2009 году и планы на 2011 год, %
Диаграмма 31 Диаграмма. Структура акционерного капитала X5 Retail Group N.V. по состоянию на 30 сентября 2009 г., %.
Диаграмма 32 Динамика роста общего количества магазинов X5 Retail Group N.V. 2006-2009гг.
Диаграмма 33 Динамика роста количества магазинов X5 Retail Group N.V.по форматам, 2006-2009гг.
Диаграмма 34 Динамика роста торговой площади X5 Retail Group N.V. в 2006-2009гг.
Диаграмма 35 Распределение выручки X5 Retail Group в рублях по регионам в 2009 г, %
Диаграмма 36 Выручка X5 Retail Group в разрезе форматов в 2008-2009гг, млн. руб.
Диаграмма 37 Величина среднего чека X5 Retail Group в 2008-2009 гг. по форматам торговли, руб., %.
Диаграмма 38 Динамика общего количества магазинов «Магнит» в 2002-2009 гг.
Диаграмма 39 Темпы роста продаж в магазинах «Магнит» в 2007-2009 гг. по месяцам, % к соответствующему месяцу предыдущего года
Диаграмма 40 Распределение магазинов сети «Магнит» по Федеральным Округам в 2009, %
Диаграмма 41 Динамика количества товарных позиций и доли частных марок в товарообороте «Магнита», 2003-2009 гг.
Диаграмма 42 Динамика роста среднего чека магазинов «Магнит» в 2006-2009 гг, руб.
Диаграмма 43 Общее кол-во магазинов ГК «Виктория», 2000-2009 гг.
Диаграмма 44 Рост торговых площадей ГК «Виктория» 2000-2008 гг., тыс. кв. м
Диаграмма 45 Динамика товарооборота ГК «Виктория» 2000-2008гг, млн. долларов

Диаграмма 46 Динамика валовой прибыли ГК «Виктория» 2006-2008гг, млн. долларов
Диаграмма 47 Динамика товарооборота на 1 кв.м. ГК «Виктория» 2006-2008гг, млн.долл.
Диаграмма 48 Количество магазинов разного формата в различных регионах присутствия ГК «Виктория»
Диаграмма 49 Количество магазинов ГК «Дикси» всех форматов, 2002-2009гг
Диаграмма 50 Доли видов деятельности в общей выручке ГК Дикси в 2009 году (рублёвый эквивалент), %
Диаграмма 51 Структура торговой площади и выручки ГК «Дикси» по форматам, 2009 год.
Диаграмма 52 Количество гипермаркетов «Лента» 1999-2009 гг.
Диаграмма 53 Динамика оборота «Лента» , 2003-2009 гг., млрд.долл.
Диаграмма 54 Общее количество магазинов «Копейка» , 2005 – 2010 гг
Диаграмма 55 Количество магазинов сети «Седьмой континент», 2001-2009гг.
Диаграмма 56 Количество магазинов разного формата ОАО «Седьмой континент», 2009 г.
Диаграмма 57 Рост количества магазинов сети «Мосмарт», 2005-2009 гг.
Диаграмма 58 Динамика количества магазинов сети «Ашан» в России, 2002 – 2009 гг
Диаграмма 58 Магазины сети «Ашан» в разрезе регионов в 2009 г.
Диаграмма 60 Оборот розничной торговли Москвы в 2003-2008 гг., млрд. руб.
Диаграмма 61 Динамика общей площади торговых центров Москвы в 2001-2008 гг., тыс. кв. м.
Диаграмма 62 Динамика роста выручки сетевой торговли Москвы в 2006-2008 году, млрд. долл.
Диаграмма 63 Динамика оборота розничной торговли Санкт-Петербурга в 2009г по месяцам, млн. руб., %
Диаграмма 64 Динамика оборота розничной торговли продовольственными товарами в Санкт-Петербурге в 2009г по месяцам, млн. руб., %
Диаграмма 65 Количество магазинов крупнейших сетей г.Санкт-Петербурга и Ленинградской области, 2009 г.
Диаграмма 66 Количество гипермаркетов различных сетей в г. Санкт-Петербург, 2009 г.
Диаграмма 67 Оборот розничной торговли Самары и Самарской области в 2009 году по месяцам, млн. руб., %
Диаграмма 68 Оборот розничной торговли продовольственными товарами Самары и Самарской области в 2009 году по месяцам, млн. руб., %
Диаграмма 69 Оборот розничной торговли Нижнего Новгорода области в 2009 году по месяцам, млн. руб., %
Диаграмма 70 Оборот розничной торговли продовольственными товарами Нижнего Новгорода области в 2009 году по месяцам, млн. руб., %
Диаграмма 71 Количество магазинов сетевой розницы Нижегородской области в 2009 году.
Диаграмма 72 Структура оборота розничной торговли в нижегородской области на начало2010 года по типу торгующих организаций, %

+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

Диаграмма 73 Оборот розничной торговли Саратовской области, 2004 – 2009 гг.
Диаграмма 74 Оборот розничной торговли Екатеринбурга и Свердловской области в 2004-2008 гг., тыс. руб
Диаграмма 75 Количество торговых точек в Екатеринбурге и Свердловской области по сетям в 2009 г.
Диаграмма 76 Рейтинг популярности торговых сетей Новосибирска среди потребителей, %.по типу торгующих организаций, %
Диаграмма 77 Оборот розничной торговли Новосибирской области в 2009 году по месяцам, млн. руб., %
Диаграмма 78 Оборот розничной торговли продовольственными товарами Новосибирской области в 2009 году по месяцам, млн. руб., %
Диаграмма 79 Распределение оборота розничной торговли по формам проявления по Красноярскому краю на начало 2010 года

+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

Таблицы

ТАБЛИЦЫ

Таблица 1. Типы универсальных предприятий розничной торговли продовольственными товарами с самообслуживанием по ГОСТу.
Таблица 2 Характеристики новых торговых форматов в продовольственном секторе
Таблица 3 Выручка десяти крупнейших ритейлеров в 2007-2008 году, млн. долл.
Таблица 4 Капитализация крупнейших компаний-ритейлеров, апрель 2009 года, млрд. долларов, млрд. руб.
Таблица 5 Рейтинг продуктовых сетей по вводу торговых площадей в 2009 году
Таблица 6 Отношение потребителей к частным маркам сетей, % ответов «да»
Таблица 7 Доли людей, совершавших покупки в Интернете в 2009 году, по видам покупок, %
Таблица 8 Число торговых точек и торговая площадь X5 Retail Group в 2008-2009 по форматам торговли
Таблица 9 Представленность магазинов холдинга X5 Retail Group в регионах России в 2009 году
Таблица 10 Выручка X5 Retail Group в 2008-2009 гг. по регионам, млн. долл. США, млн. руб.
Таблица 11 Выручка X5 Retail Group в 2008-2009 гг. по форматам торговли, млн. руб., млн. долл., %.
Таблица 12 Величина среднего чека X5 Retail Group в 2008-2009 гг. по форматам торговли, руб., долл., %.
Таблица 13 Потребительские ценности «Пятерочки», приоритеты развития в 2009 году.
Таблица 14 Потребительские ценности «Перекрестка», приоритеты развития в 2009 году.
Таблица 15 Потребительские ценности «Карусели», приоритеты развития в 2009 году.
Таблица 16 Торговая площадь и число торговых точек сети «Патерсон» в 2008-2009 гг. по регионам
Таблица 17 Ключевые результаты деятельности сети «Магнит» за 2008-2009 гг.
Таблица 18 Ключевые показатели LFL по сопоставимым магазинам, 2009 г.
Таблица 19 Показатели LFL ГК «Дикси» в регионах, 2009 год
Таблица 20 Информация по форматам магазинов компании «Дикси», 2008-1 кв.2009 гг.
Таблица 21 Основные показатели развития ГК «Дикси» по форматам сетей в 2009-2008 гг
Таблица 22 Ключевые операционные и финансовые показатели ОАО «ТД «КОПЕЙКА» по итогам 2009 года, тыс. руб.
Таблица 23 Показатели развития сети Real в 2007-2008 году
Таблица 24 Продовольственные розничные сети в Самаре (количество точек, торговая площадь), 2008 г.

+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

Таблица 25 Продовольственные розничные сети Нижнего Новгорода и Нижегородской области, июль 2008 года.
Таблица 26 Основные показатели некоторых сетей, работающих на розничном рынке Ижевска
Таблица 27 Показатели оборота розничной торговли продовольственными и непродовольственными товарами в Кировской области в 2008- 1 пол 2009 года, тыс.руб., %
Таблица 28 Показатели оборота розничной торговли продовольственными и непродовольственными товарами в Кировской области в январе-феврале 2010 года, тыс.руб., %
Таблица 29 Оборот ведущих сетей Екатеринбурга и Свердловской области в 2008 году, млн. руб
Таблица 30 Количество торговых точек ведущих сетей Екатеринбурга, июнь 2009
Таблица 31 Размеры торговой площади ведущих сетей Екатеринбурга, июнь 2009

+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

Оформление заказа

Название: Российские розничные продовольственные сети

Ссылка: https://marketpublishers.ru/r/R4FFB633EB6RU.html

Цена: Цена по запросу

Если вы хотите заказать расширенную лицензию или печатную версию, пожалуйста, свяжитесь с нашей службой поддержки клиентов:
info@marketpublishers.ru

Оплата

Для оплаты кредитной картой (Visa, MasterCard, МИР), пожалуйста, нажмите кнопку "Купить сейчас" на странице отчета:
https://marketpublishers.ru/r/R4FFB633EB6RU.html