

# **Аналитическая справка «Возможности и риски при производстве товаров для частных торговых марок крупнейших российских розничных сетей»**

<https://marketpublishers.ru/r/AFD8F50B363RU.html>

Дата: 22.01.2007

Страниц: 35

Цена: 102 600 руб. (Лицензия на одного пользователя)

Артикул: AFD8F50B363RU

## **Описание**

### **Методы исследования**

1. Глубинные интервью с представителями розничных торговых сетей, которые развивают или собираются развивать собственные торговые марки. Были проведены интервью с такими известными владельцами собственных торговых марок, как «Седьмой континент», «Копейка», «Азбука вкуса», ГК «Виктория» (сети «Квартал», «Виктория», «Дешево»), SPAR, «Лента», «О'Кей», «Находка», Grossmart (сети Billa, «Продмаг», «Райден», «Апельсин»), целым рядом региональных сетевых ритейлеров.
2. Глубинные интервью с представителями компаний-производителей продукции для собственных торговых марок розничных операторов и компаний, принципиально не производящих такой продукции. Были проведены интервью с более чем 50-ю известными поставщиками продуктов питания, среди которых можно назвать «Вимм-Билль-Данн», «Останкинский завод бараночных изделий», Farm Frites, «Рамкон», «Валуйский масложировой комбинат» (ТМ «Милора»), «Русскарт», «Императорский чай», «Абаско», «Prosto Petro Group», «Московская ореховая компания», кондитерские комбинаты «Коломенское» (ТМ «Шоколадница»), «Черемушки» и многие другие известные компании.
3. Анализ опубликованных в сети Интернет и средствах массовой информации сведений о собственных торговых марках российских розничных сетей.

## Содержание

### ВВЕДЕНИЕ

### **ЧАСТЬ 1. ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СЕГМЕНТА ЧАСТНЫХ МАРОК В РОССИЙСКОЙ ПРОДУКТОВОЙ РОЗНИЦЕ**

- I. Частные торговые марки в мире
- II. Частные торговые марки в Европе
- III. Частные торговые марки в России
- IV. Частные торговые марки в Украине

### **ЧАСТЬ 2. ВОЗМОЖНОСТИ И РИСКИ ПРИ ПРОИЗВОДСТВЕ ТОВАРОВ ДЛЯ ЧАСТНЫХ МАРОК**

- I. Заблуждения производителей, связанные с производством продукции для частных марок
  - 1. Частная марка позволяет продвигать бренд производителя и вытеснять конкурентов с полок магазинов
  - 2. Розничная сеть гарантирует продвижение частной марки
  - 3. Частная марка помогает снизить расходы, связанные с «входом» в сеть
- II. Возможности производства продукции для частных марок для производителей
  - 1. Возможность более полной загрузки производственных мощностей
  - 2. Стабильность и прогнозируемость объема сбыта при производстве частных марок
  - 3. Производство продукции для частных марок позволяет «провести» собственные бренды производителей в розничные сети или расширить представленность там собственных брендов
  - 4. Снижение расходов, связанных с входом в розничные сети
  - 5. Улучшение условий сотрудничества с розничной сетью
  - 6. Снижение расходов на маркетинг, рекламу, продвижение товаров и брендов производителя
  - 7. Производство частных марок является средством вытеснения с полок магазинов конкурентов
- III. Риски производства продукции для частных марок для производителей
  - 1. Возникновение сильной зависимости от поставок в розничную сеть
  - 2. Ожидаемые розничной сетью скидки, могут значительно перекрыть маркетинговый бюджет, который тратит производитель на продвижение собственных брендов
  - 3. Рано или поздно розничная сеть будет стремиться заменить собственный бренд производителя частной маркой

4. Конкуренция между частной маркой и брендами производителя
5. Неумение розничных сетей работать с собственной маркой
6. Увеличение объема требований сетей, которые приводят к увеличению производственных затрат

## Список Диаграмм

### СПИСОК ДИАГРАММ

Диаграмма 1. Разница в цене между частными марками и брендами про-изводителей по разным товарным группам.

## Список Таблиц

### СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. Доли и темпы роста продаж частных марок по категориям товаров, в денежном выражении.

Таблица 2. Связь между уровнем концентрации розничной торговли и долей частных марок в розничных продажах.

Таблица 3. Доля продаж товаров под частными марками в структуре оборота крупнейших российских розничных сетей. Оценка представите-лей компаний.

Таблица 4. Возможности и риски для производителя при производстве продукции для частных марок розничных сетей

## Оформление заказа

Product name: Аналитическая справка «Возможности и риски при производстве товаров для частных торговых марок крупнейших российских розничных сетей»

Product link: <https://marketpublishers.ru/r/AFD8F50B363RU.html>

Цена: 102 600 руб. (Single User License / Electronic Delivery)

If you want to order Corporate License or Hard Copy, please, contact our Customer Service:  
[info@marketpublishers.ru](mailto:info@marketpublishers.ru)

## Payment

To pay by Credit Card (Visa, MasterCard, American Express, PayPal), please, click button on product page <https://marketpublishers.ru/r/AFD8F50B363RU.html>

To pay by Wire Transfer, please, fill in your contact details in the form below:

Имя:  
Фамилия:  
Email:  
Компания:  
Адрес:  
Город:  
Zip code:  
Страна:  
Tel:  
Факс:  
Your message:

**\*\*All fields are required**

Customer signature \_\_\_\_\_

Please, note that by ordering from marketpublishers.com you are agreeing to our Terms & Conditions at <https://marketpublishers.com/docs/terms.html>

To place an order via fax simply print this form, fill in the information below and fax the completed form to +44 20 7900 3970