



**Intesco
Research
Group**

РЫНОК РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ. ТОРГОВЫЕ СЕТИ FMCG – 2013



МОСКВА 2013

СОДЕРЖАНИЕ

ОГЛАВЛЕНИЕ	3
МЕТОДОЛОГИЯ ПРОВЕДЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ.....	8
ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ	10
СПИСОК ГРАФИКОВ, ДИАГРАММ И ТАБЛИЦ И СХЕМ	13
ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ INTESCO RESEARCH GROUP	21

ОГЛАВЛЕНИЕ

СПИСОК ГРАФИКОВ, ДИАГРАММ, ТАБЛИЦ И СХЕМ

1. ОБЩЕЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПОЛОЖЕНИЕ РОССИИ

1.1. Население России

Численность населения

Крупнейшие города

Уровень жизни населения

Экономическая активность

1.2. Экономическая ситуация

Динамика развития экономики

Стабильность государственного бюджета

1.3. Положение России в мире

Доля РФ в мировом населении

2. ОБЪЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ

2.1. Характеристика рынка розничной торговли

2.2. Классификация розничной торговли

Классификация по ОКПД

Классификация по формам собственности

Классификация по видам торговли

Классификация по специализации

Классификация по способу организации

Классификация по виду торгового объекта

Классификация по формам торгового обслуживания

Классификация по размеру и принципам торговли

Классификация по ценовой политике

3. МИРОВОЙ РЫНОК РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

3.1. Динамика мирового оборота розничной торговли по годам

3.1. Мировая розничная торговля продуктами питания

3.2. Импорт продовольственных товаров

Динамика импорта

Структура импорта

3.3. Экспорт продовольственных товаров

Динамика экспорта

Структура экспорта

3.4. Тенденции мирового рынка розничной торговли

4. РАЗВИТИЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В РОССИИ.

4.1. Доходы и расходы населения

*Среднемесячная заработная плата**Денежные доходы населения**Потребительские расходы*

4.2. Инфляция на рынке продовольственных товаров

4.3. Потребительские ожидания населения

5. ОБОРОТ РОССИЙСКОГО РЫНКА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

5.1. Динамика оборота розничной торговли по годам

5.2. Оборот розничной торговли на душу населения

5.3. Структура розничной торговли по федеральным округам

5.4. Структура розничной торговли по регионам

5.5. Структура оборота по видам товаров

5.6. Структура оборота по формам собственности

5.7. Структура оборота по видам организаций

6. ТОВАРНЫЕ ЗАПАСЫ

6.1. Динамика товарных запасов по годам

6.2. Структура товарных запасов

7. ДОЛЯ ИМПОРТА

7.1. Структура товарных ресурсов розничной торговли

7.2. Доля импорта отдельных товаров в товарных ресурсах

7.3. Структура импорта по странам-поставщикам

8. ПРЕДПРИЯТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

8.1. Структура предприятий розничной торговли

8.2. Обеспеченность объектами торговли и торговой площадью

9. КРУПНЕЙШИЕ РИТЕЙЛЕРЫ*Крупнейшие ритейлеры по объему продаж**Крупнейшие ритейлеры по числу торговых объектов**Форматы основных ритейлеров**Репутация торговых сетей***10. ОСНОВНЫЕ ТОРГОВЫЕ СЕТИ FMCG**

10.1. Глобальные сети

*ООО «МЕТРО Кэш энд Керри»**ООО «Ашан»**SPAR Russia B.V. (Spar)*

ООО «Гиперглобус» (Globus)

ООО «Зельгрос» (REWE Group)

ООО Billa (REWE Group)

10.2. Федеральные сети

X5 Retail Group

ОАО «Магнит»

ООО «О'Кей»

ООО «Лента»

ОАО «ДИКСИ Групп»

ГК «Виктория»

ОАО «Седьмой Континент»

ООО «Городской супермаркет»

ООО «Новый Импульс – 50»

ЗАО «Т и К Продукты»

ООО «Энка» ТЦ

ООО «Авоська-два»

ЗАО «Мосмарт»

ООО «Сеть универсамов «Алые Паруса»

ООО «Элемент-Трейд»

Корпорация «Гринн»

ГК «Холидей»

ООО «Мария-Ра»

ОАО «Новые торговые системы»

ГК «Вестер»

ЗАО «Супермаркет «Кировский»

ООО «Система РегионМарт»

ООО «Сибирский гигант»

ООО «ТД «Интерторг»

ООО «Любавушка»

ООО «Европа»

ООО "Виват-Трейд»

ООО «Ритм -2000»

ООО «Тверской продукт»

ОАО «ОРТ «Универсал»

ООО «РегионТорг»

ЗАО «Форвард»
ОАО «Матрица- Холдинг»
ООО «Салют-Торг»
ООО «Бахетле-1»
ООО «Оптовик»
ОАО «Казанский торговый дом»
ООО «Интерторг»
ООО «Центр реструктуризации»
ООО «Айкай»
ООО «Дуплет»
ООО «Радеж»
ЗАО «Гулливер»
ООО «Шэд»
ООО «МАН»
ЗАО «Паллада торг»
ООО «ТВК»
ООО «Торговая сеть «Солнечный круг»
ГК «Остан»
ООО «Элит»
ООО «Лотос М»
ООО «Тройка»
10.3. Объединения и союзы
Союз независимых сетей России
Ассоциация компаний розничной торговли (АКОРТ)

11. СОБСТВЕННЫЕ МАРКИ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ

12. ОН-ЛАЙН РИТЕЙЛ

- 12.1. Объем рынка он-лайн торговли
- 12.2. Способы оплаты покупок
- 12.3. Преимущества и недостатки интернет-покупок
- 12.4. Продажа продуктов питания через интернет
 - Премиум-сегмент*
 - Среднеценовой сегмент*
 - Низкоценовой сегмент*
 - Покупательские предпочтения*
 - Перспективы*

13. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

13.1. Структура розничной цены

13.2. Ценовая политика

Цели ценовой политики

Ценовая стратегия

Ценовая дифференциация

14. ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ

Формирование потребительской лояльности

15. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ**16. РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ (ВЛИЯЮЩИЕ РЫНКИ)****17. ТЕНДЕНЦИИ НА РЫНКЕ РИТЕЙЛА****18. ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ РЫНКА РИТЕЙЛА НА 2013-2015ГГ.**

ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ INTESCO RESEARCH GROUP

МЕТОДОЛОГИЯ ПРОВЕДЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Объект исследования:

РОССИЙСКИЙ И МИРОВОЙ РЫНОК РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ. КРУПНЕЙШИЕ
ТОРГОВЫЕ СЕТИ FMCG

Цель исследования:

ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ РЫНКА И ПРОГНОЗ ЕГО РАЗВИТИЯ НА 2013-2015 ГГ.

Регионы исследования:

РОССИЯ

РЕГИОНЫ РФ

Основные блоки исследования:

МИРОВОЙ РЫНОК РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

РАЗВИТИЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В РОССИИ.

ОБОРОТ РОССИЙСКОГО РЫНКА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

ТОВАРНЫЕ ЗАПАСЫ

ДОЛЯ ИМПОРТА

СЕГМЕНТЫ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

ПРЕДПРИЯТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

КРУПНЕЙШИЕ РИТЕЙЛЕРЫ

ОСНОВНЫЕ ТОРГОВЫЕ СЕТИ FMCG

СОБСТВЕННЫЕ МАРКИ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ

ОН-ЛАЙН РИТЕЙЛ

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ (ВЛИЯЮЩИЕ РЫНКИ)

ТЕНДЕНЦИИ НА РЫНКЕ РИТЕЙЛА

ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ РЫНКА РИТЕЙЛА

Источники информации, используемые в исследовании:

Федеральная служба государственной статистики

Министерство экономического развития РФ

Федеральная таможенная служба

Федеральная налоговая служба

Оценки экспертов отрасли

Отчеты о розничных продажах

Материалы основных игроков отрасли

Отраслевые печатные и электронные издания

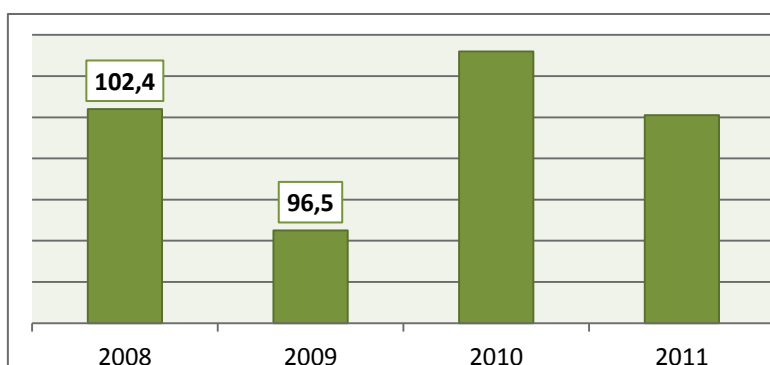
В исследовании приводится 67 графиков, 69 диаграмм, 14 таблиц, 1 схема.

ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

ГЛАВА 4

РАЗВИТИЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В РОССИИ

Реальная заработная плата в период 2008-2011 гг. увеличивалась меньшими темпами: максимальное увеличение на ***% наблюдалось в *** г. Но здесь сыграл роль ***. В 2011 г. рост составил ***%. В ближайшее время эксперты предполагают *** ежегодное увеличение реальной заработной платы.



Динамика роста реальной заработной платы в 2008-2011 гг., % к предыдущему году



Структура потребительских расходов домашних хозяйств в 1 квартале 2012 г., % к итогу

Наименьшую долю в структуре расходов составляли образование (***%) и алкогольные напитки и табачные средства (***%), а также здравоохранение (***%).

По сравнению с аналогичным периодом 2011 г. выросла доля расходов на алкогольные напитки и табачные изделия (+*** п.п.), одежду и обувь (+*** п.п.)

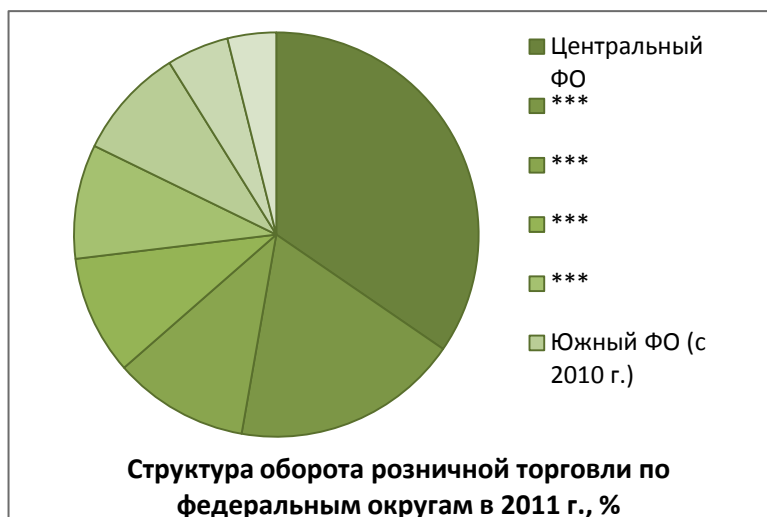
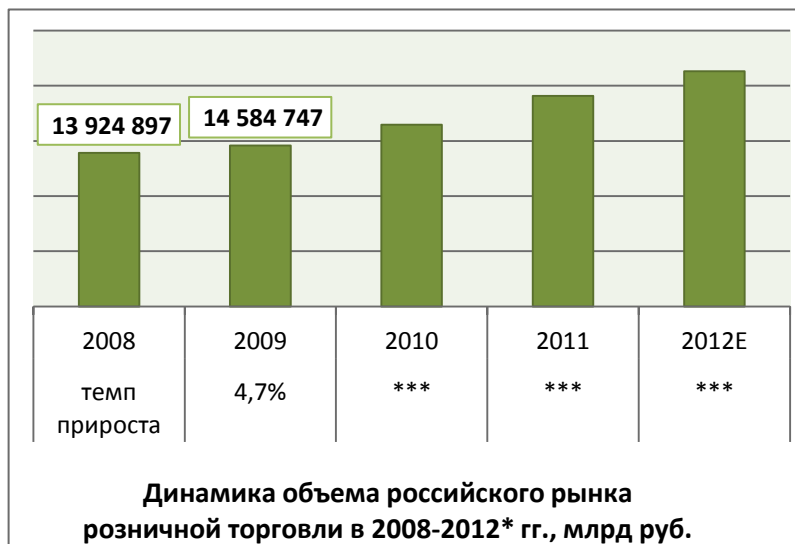
ГЛАВА 5

ОБОРОТ РОССИЙСКОГО РЫНКА
РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Следствием *** стало увеличение оборота розничной торговли.

С 2007 г. оборот розницы вырос почти в 2 раза (с *** трлн руб. до *** трлн руб.). Максимальный прирост наблюдался в 2008 г. и составлял ***%. В 2011 г. оборот розничной торговли в России почти достиг *** трлн. рублей. Прирост за год составлял ***%. В 2012 г.

темп прироста замедлился до ***%, а оборот достиг *** трлн рублей.



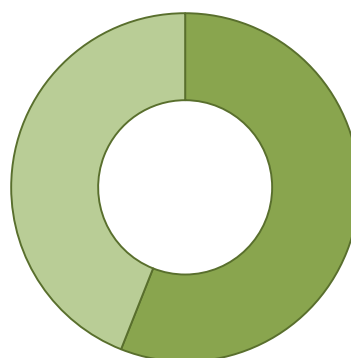
ЦФО на протяжении рассматриваемого периода не только обеспечивал максимальные показатели оборота розничной торговли, но и демонстрировал наибольшие темпы прироста: они увеличивались от *** п.п. в 2009 г. до *** п.п. в 2011 г.

ГЛАВА 7

ДОЛЯ ИМПОРТА

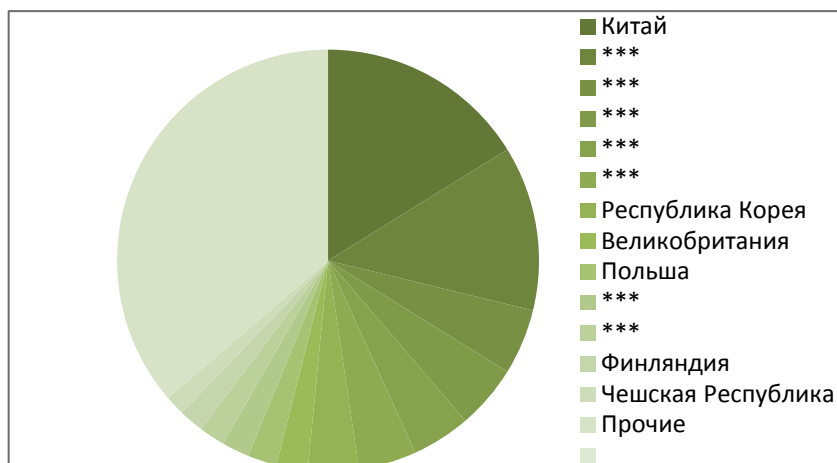
Российская розничная торговля в 2011 г. на ***% была обеспечена собственным производством.

В первом полугодии 2012 г. доля импорта составляла **%, а товаров собственного производства – ***%.



Доля импорта на российской розничной торговле в стоимостном выражении в первом полугодии 2012 г., %

В 2011 г. на долю Китая приходилось ***% импортируемой продукции в стоимостном выражении. Еще ***% ввозила ***, доли остальных стран составляли менее ***%.



Структура импорта в стоимостном выражении по странам-поставщикам в 2011 г., %

Доля Китая была максимальной в 2010 г. – **%, в остальные годы она находилась на уровне ***%. На протяжении рассматриваемого периода сокращались доли ** и **. Отмечается тенденция к увеличению импорта из **.

СПИСОК ГРАФИКОВ, ДИАГРАММ И ТАБЛИЦ И СХЕМ

1. ОБЩЕЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПОЛОЖЕНИЕ РОССИИ

График 1. Численность населения России в 2000, 2005, 2010 гг. и прогноз на 2015 и 2020 гг., тыс. чел.

Таблица 1. Численность населения крупнейших городов России по данным Всероссийской переписи населения 2010 года, тыс. чел.

График 2. Динамика реальных располагаемых денежных доходов населения и годовой темп их роста в 2000-2011* гг., %

График 3. Прогноз динамики коэффициента демографической нагрузки в России в 2011-2031 гг.

График 4. Динамика численности занятых и безработных в РФ в 2006-2010 гг., тыс. чел.

График 5. Динамика доли безработных в экономически активном населении по ФО РФ в 2006-2010 гг., %

График 6. Динамика ВВП России в ценах 2008 года в 2001-2011 гг., млрд руб.

График 7. Инвестиции в основной капитал в РФ в 2002-2011 гг.

График 8. Исполненный профицит/дефицит консолидированного бюджета РФ в 2006-2011* гг., %

График 10. Динамика структуры внешнего долга России по основным секторам в 2001-2010 гг., %

График 11. Индекс потребительских цен в РФ в 2001-2011 гг., %

График 12. Доля РФ в населении мира в 2000-2010 гг. и прогноз до 2100 г.

График 13. Доля РФ в мировом ВВП в 2001-2011 гг. и прогноз на 2012-2016 гг., %

2. ОБЪЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ

3. МИРОВОЙ РЫНОК РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

График 14. Динамика мирового объема розничной торговли в 2008-2011 гг., трлн. долл.

Диаграмма 1. Динамика индекса физического объема розничной торговли по странам мира в 2008-2010 гг., % к предыдущему году

Диаграмма 2. Динамика числа предприятий розничной торговли в странах мира в 2007-2009 гг., в расчете на 1000 жителей

Таблица 2. Крупнейшие компании на мировом рынке розничной торговли по объему розничных продаж в 2010 г.

Диаграмма 3. Доля продуктов питания в общих расходах на конечное потребление в странах мира в 2010 г., %

Таблица 3. Структура конечного потребления по странам в 2010 г., %

График 15. Динамика импорта продовольствия по странам в 2008-2010 гг., млн долл.

Таблица 4. Динамика импорта продовольственных товаров по странам мира в 2008-2010 гг., млн долл.

Диаграмма 4. Структура импорта продуктов по странам в стоимостном выражении в 2010 г., %

Диаграмма 5. Изменение структуры импорта продуктов по странам в 2008-2010 гг., %

График 16. Динамика экспорта продовольствия по странам мира всего в 2008-2010 гг., млн долл.

Таблица 5. Динамика экспорта продовольственных товаров по странам мира в 2008-2010 гг., млн долл.

Диаграмма 6. Структура экспорта продовольствия в стоимостном выражении по странам в 2010 г., %

Диаграмма 7. Изменение структуры экспорта продовольствия по странам в 2010 г., %

4. РАЗВИТИЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В РОССИИ.

График 17. Динамика среднемесячной номинальной зарплаты в 2008-2011 гг., руб.

График 18. Динамика реальной зарплаты в 2008-2011 гг., % к предыдущему году

График 19. Динамика денежных доходов в 2008-2012* гг., млрд руб.

Диаграмма 8. Структура денежных доходов по источникам поступления в 2012* г., %

Диаграмма 9. Изменение структуры денежных доходов по источникам поступления в 2008-2012* гг., %

Диаграмма 10. Структура использования денежных доходов в 2012* г., %

Диаграмма 11. Изменение структуры использования денежных доходов в 2008-2012* гг., %

Диаграмма 12. Структура потребительских расходов домашних хозяйств в 1 кв. 2012 г., % к итогу

Диаграмма 13. Структура расходов на продукты питания и безалкогольные напитки в 1 кв. 2012 г., % к итогу

График 21. Индекс потребительских цен в РФ в 2001-2011 гг., %

График 22. Динамика индекса потребительских цен в 2008-2011 г., в % к предыдущему году

График 23. Изменение индекса потребительских цен по месяцам в 2007-окт. 2012 гг., в % к предыдущему месяцу

График 24. Изменение индекса потребительских цен по месяцам в 2009- окт. 2012 гг., в % к соответствующему периоду предыдущего года

Диаграмма 14. Индекс потребительской уверенности России в 1999 – сен. 2012 гг., (минимальное значение за год)

График 25. Динамика по годам оценки изменения цен (незначительно или значительно возрастут) в 1998-2011 гг., % опрошенных

График 26. Динамика по кварталам оценки изменения цен (значительно возрастут) в 2006-2010 гг., % опрошенных

График 27. Динамика оценки материального положения по годам в 1998-2011 гг. (хорошее и очень хорошее), % опрошенных

График 28. Динамика оценки материального положения по годам в 1998-2011 гг. (среднее), % опрошенных

5. **ОБОРОТ РОССИЙСКОГО РЫНКА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ**

График 29. Динамика розничного оборота в России в 2007-2012* гг., млн руб.

График 30. Динамика оборота розничной торговли по месяцам в 2008 – окт. 2012 гг., млн руб.

График 31. Динамика индекса физического объема розничной торговли в России в 2007-2012* гг., % к предыдущему году

График 32. Динамика поступления налогов и сборов от розничной торговли в бюджет РФ в 2008-2011 гг., млн руб.

График 33. Динамика оборота розничной торговли в расчете на душу населения в 2007-2012* гг., руб.

Таблица 6. Динамика оборота розничной торговли по федеральным округам в 2008-2011 гг., млн руб.

Диаграмма 15. Структура оборота розничной торговли по федеральным округам в 2011 г., %

Диаграмма 16. Изменение структуры оборота розничной торговли по федеральным округам в 2008-2011 гг., %

Диаграмма 17. Динамика оборота розничной торговли по федеральным округам в 2008-2011 гг., млн руб.

Диаграмма 18. Динамика индекса физического объема розничной торговли в федеральных округах в 2007-2011 гг., % к предыдущему году

График 34. Крупнейшие регионы по обороту розничной торговли в 2011 г., млн руб.

График 35. Индекс физического объема розничной торговли в регионах в 2011 г., % к предыдущему году

Диаграмма 19. Структура оборота розничной торговли по регионам в 2011 г., %

Диаграмма 20. Изменение региональной структуры оборота розничной торговли в 2008-2011 гг., %

Диаграмма 21. Изменение структуры оборота розничной торговли по видам товаров в 2008-2012* гг., %

График 36. Динамика индекса физического объема оборота розничной торговли по группам товаров в 2007-2012* гг., % к предыдущему году

График 37. Индекс физического объема розничной торговли по видам продовольственных товаров в России в 2011 г., % к предыдущему году

Диаграмма 22. Динамика индекса физического объема розничной торговли по видам продовольственных товаров в 2009-2012* гг., % к предыдущему году

Диаграмма 23. Структура розничной торговли пищевыми продуктами по группам товаров в 2011 г., %

Диаграмма 24. Изменение структуры розничной торговли пищевыми продуктами по группам товаров в 2009-2011 гг., %

График 38. Индекс физического объема розничной торговли по видам непродовольственных товаров в России в 2011 г., % к предыдущему году

Диаграмма 25. Динамика индекса физического объема розничной торговли по видам непродовольственных товаров в 2009-2012* гг., % к предыдущему году

Диаграмма 26. Структура розничной торговли непродовольственными товарами по группам товаров в 2011 г., %

Диаграмма 27. Изменение структуры розничной торговли непродовольственными товарами по группам товаров в 2009-2011 гг., %

Диаграмма 28. Структура оборота розничной торговли по формам собственности в 2011 г., %

Диаграмма 29. Динамика розничного оборота торговли по формам собственности в 2008-2011 гг., млрд руб.

Диаграмма 30. Изменение структуры розничного оборота по формам собственности в 2008-2012* гг., %

График 39. Динамика доли рынков и ярмарок в розничном обороте в 2007-2012* гг., %

График 40. Регионы с наибольшей и наименьшей долей рынков и ярмарок в общем обороте региона в 2011 г., %

Диаграмма 31. Динамика доли рынков и ярмарок в розничном обороте в федеральных округах в 2007-2011 гг., %

6. ТОВАРНЫЕ ЗАПАСЫ

График 41. Динамика товарных запасов на предприятиях розничной торговли в 2007-2011 гг., млрд руб.

График 42. Основные категории пищевых продуктов в структуре товарных запасов в фактических ценах на конец 2011 г., % к итогу

Диаграмма 32. Структура товарных запасов розничной торговли в фактических ценах на конец 2011 г., %

График 43. Основные категории непродовольственных товаров в структуре товарных запасов в фактических ценах на конец 2011 г., % к итогу

7. ДОЛЯ ИМПОРТА

Диаграмма 33. Структура товарных ресурсов розничной торговли в стоимостном выражении в 2011 г., %

Диаграмма 34. Изменение структуры товарных ресурсов розничной торговли в стоимостном выражении в 2008-2011 гг., %

Таблица 8. Доля импорта отдельных продовольственных товаров в их товарных ресурсах в 2009-2011 гг., %

Таблица 9. Доля импорта отдельных непродовольственных товаров в их товарных ресурсах в 2009-2011 гг., %

Диаграмма 35. Крупнейшие торговые партнеры России по объему импорта в 2011 г., млн долл.

Диаграмма 36. Структура импорта в стоимостном выражении по странам-поставщикам в 2011 г., %

Диаграмма 37. Изменение структуры импорта в стоимостном выражении по странам-поставщикам в 2007-2011 гг., %

8. СЕГМЕНТЫ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Диаграмма 38. Крупнейшие сети по продаже бытовой техники и электроники по выручке в 2010 г, млрд руб.

Таблица 10. Крупнейшие аптечные сети в 2011г.

Диаграмма 39. Структура российского рынка лекарственных средств по торговым сетям в 2011г., %

Диаграмма 40. Крупнейшие сети по продаже парфюмерии и косметики по объему выручки в 2010 г., млрд руб.

Диаграмма 41. Крупнейшие компании по продаже одежды по объему выручки в 2010 г., млрд руб.

9. ПРЕДПРИЯТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Диаграмма 42. Структура российских организаций, осуществлявших розничную торговлю в 2011 г., %

Диаграмма 43. Структура малых и средних организаций, осуществляющих розничную торговлю в 2011 г., %

График 44. Структура субъектов РФ по удельному весу оборота розницы торговых сетей в общем обороте розничной торговли в 2010 и 2011 гг., число субъектов

Диаграмма 44. Структура магазинов по типам в 2011г., %

Диаграмма 45. Структура магазинов по типам в 2011*г., % от общей торговой площади

Диаграмма 46. Структура универсальных магазинов по типам в 2011*г., %

Диаграмма 47. Структура универсальных магазинов по типам в 2011*г., % от общей торговой площади

Диаграмма 48. Обеспеченность населения торговой площадью, кв. м на 1000 человек в 2009-2011 гг., кв. м. на 1000 чел.

Диаграмма 49. Наличие объектов торговли на конец года в 2009-2011 гг., тыс. ед.

Диаграмма 50. Наличие объектов торговли на конец года в 2009-2011 гг., тыс. кв. м

График 45. Структура торговых объектов по форматам на ноябрь 2012 г.

Диаграмма 51. Структура открытия новых торговых объектов в янв. - сент. 2012 г., % от общего числа

Диаграмма 52. Структура открытия новых торговых объектов в янв. - сент. 2012 г., % от общей площади

10. КРУПНЕЙШИЕ РИТЕЙЛЕРЫ

График 46. Розничные продажи крупнейших ритейлеров в 2011 г., млн долл.

График 47. Число торговых объектов крупнейших ритейлеров в 2011 г.

График 48. Количество гипермаркетов основных ритейлеров по состоянию на 1 июля 2012 г.

График 49. Торговая площадь гипермаркетов основных ритейлеров по состоянию на 1 июля 2012 г., тыс. кв. м

График 50. Количество супермаркетов основных ритейлеров по состоянию на 1 июля 2012 г.

График 51. Торговая площадь супермаркетов основных ритейлеров по состоянию на 1 июля 2012 г.

График 52. Количество дискаунтеров основных ритейлеров по состоянию на 1 июля 2012 г.

График 53. Торговая площадь дискаунтеров основных ритейлеров по состоянию на 1 июля 2012 г.

График 54. Количество магазинов у дома основных ритейлеров по состоянию на 1 июля 2012 г.

График 55. Торговая площадь магазинов у дома основных ритейлеров по состоянию на 1 июля 2012 г.

Диаграмма 53. Индекс заметности в 2008 и 2010 г., города с населением более 500 тыс. чел.

Диаграмма 54. Индекс заметности в 2008-2011 гг., города с населением менее 500 тыс. чел. и села

Диаграмма 55. Индекс доверия в 2010 г., города с населением более 500 тыс. чел.

Диаграмма 56. Индекс доверия в 2008-2010 г., города с населением менее 500 тыс. чел. и села

11. ОСНОВНЫЕ ТОРГОВЫЕ СЕТИ FMCG

12. СОБСТВЕННЫЕ МАРКИ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ

Таблица 12 Собственные марки торговых сетей

График 56. Различия в цене между СТМ и брендовой продукцией, %

График 57. Максимальная доля СТМ в ассортименте и выручке в зависимости от формата магазина, %

График 58. Доля СТМ в выручке основных торговых сетей в 2011 г., %

График 59. Доля собственных торговых марок в выручке сетевых дискаунтеров в России в 2009-2011 гг., %

График 60. Доля собственных торговых марок в выручке сетевых магазинов у дома в России в 2009-2011 гг., %

График 61. Доля собственных торговых марок в выручке сетевых супермаркетов в России в 2009-2011 гг., %

График 62. Доля собственных торговых марок в выручке гипермаркетов в России в 2009-2011 гг., %

13. ОН-ЛАЙН РИТЕЙЛ

График 63. Динамика объема интернет-торговли в России в 2010-2012 гг., млрд руб.

Таблица 13. Категории товаров, когда-либо приобретавшихся через интернет, % от тех, кто пользуется интернетом

Диаграмма 57. Способы оплаты покупки, % от числа заказывающих

Диаграмма 58. Средняя сумма одного заказа, руб., % от совершающих интернет-покупки

Диаграмма 59. Недостатки интернет-магазина, которые могут заставить отказаться от его услуг, %

Диаграмма 60. Структура присутствия российских ритейлеров в сети интернет, % от общего числа крупных сетей

График 64. Наиболее популярные категории товаров, приобретаемых он-лайн, % от совершающих заказ на дом

Диаграмма 61. Структура рынка он-лайн продаж продовольственных товаров премиум класса в Москве в 2011 г., %

Диаграмма 62. Структура рынка он-лайн продаж продовольственных товаров среднего ценового сегмента в Москве в 2011 г., %

Диаграмма 63. Структура рынка он-лайн продаж продовольственных товаров в Москве в 2011 г., % выручки

Диаграмма 64. Структура рынка он-лайн продаж продовольственных товаров по районам Москвы в 2011 г., %

14. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

Таблица 14. Цели ценовой политики

15. ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ

Диаграмма 65. Частота совершения покупок, % числа опрошенных

Диаграмма 66. Объем совершаемых покупок, % числа опрошенных

Диаграмма 67. Предпочитаемый формат магазина для совершения каждодневных покупок, % опрошенных

Диаграмма 68. Предпочитаемый формат магазина для совершения покупок на несколько дней, % опрошенных

Диаграмма 69. Факторы, влияющие на выбор торговой точки по данным опроса в ноябре 2012 г., % опрошенных

График 65. Динамика среднего чека в 2008-2011 гг., % к весне 2008 г.

График 66. Динамика частоты совершения покупки в 2008-2011 гг., % к весне 2008 г.

16. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

17. РЫНОК ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ (ВЛИЯЮЩИЕ РЫНКИ)**18. ТЕНДЕНЦИИ НА РЫНКЕ РИТЕЙЛА****19. ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ РЫНКА РИТЕЙЛА**

График 67. Динамика розничного оборота в России в 2009-2012* гг. и прогноз на 2013-2015 гг., млн руб.

ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ INTESCO RESEARCH GROUP

ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ INTESCO RESEARCH GROUP

INTESCO RESEARCH GROUP – аналитическая группа, основным направлением деятельности которой является разработка высококачественных бизнес-планов, ТЭО и маркетинговых исследований, как российских, так и региональных рынков РФ. Мы предоставляем нашим клиентам актуальную и достоверную информацию, профессиональные рекомендации для ведения бизнеса.

Все работы **INTESCO RESEARCH GROUP** построены на проверенных научно-исследовательских методиках. При проведении маркетинговых исследований и разработке бизнес-планов опирается на принятые во всем мире методики оценки эффективности инвестиционных вложений, на российские и международные стандарты качества.

Аналитики компании **INTESCO RESEARCH GROUP** являются выпускниками ведущих московских вузов (МГУ, МФТИ, РЭА им. Плеханова, Высшая школа экономики, ФИНЭК) и имеют глубокие знания в маркетинге, методологии построения маркетинговых исследований, оценке эффективности инвестиционных проектов, составлении аналитических отчетов и бизнес-прогнозировании.

Профессиональный подход и сервис, высококвалифицированные специалисты, глубокие знания различных рынков, большой проектный опыт и постоянное совершенствование позволяют компании **INTESCO RESEARCH GROUP** оказывать высококачественные услуги всем своим клиентам.

Информация из наших отчетов публикуется в крупнейших российских газетах и журналах: «Ведомости», «Коммерсант-Деньги», «Российская газета», «Forbes», «Russian Food Market», «Food Service», «РБК daily», «Ценовик», «Мое дело. Магазин», «MAXIM» «Однако», «Хлебопекарное производство», «Продукты и Прибыль», «Кондитерская сфера/хлебопечение», «Unipack.Ru» и пр.

НАШИ КЛИЕНТЫ



**ЦЕЛЬ НАШЕЙ КОМПАНИИ – УСПЕШНАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ
БИЗНЕС-ПРОЕКТОВ СВОИХ КЛИЕНТОВ**

Е-mail: info@i-plan.ru

Сайт: www.i-plan.ru

Тел.: +7 (495) 645-97-22