



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,
январь 2018 г.**



СОДЕРЖАНИЕ

I. ВВЕДЕНИЕ

II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

III. АНАЛИЗ РЫНКА ПРОДУКТОВОГО РИТЕЙЛА

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА

1.1 Понятие услуги

1.2 Показатели социально-экономического развития

1.3 Описание влияющих рынков

1.4 Резюме по разделу

2. СТРУКТУРА РЫНКА ПРОДУКТОВОГО РИТЕЙЛА

2.1 Сегментация Рынка продуктового ритейла

Дискаунтеры

Супермаркеты

Гипермаркеты

Магазины у дома

2.2 Ценовая сегментация рынка продуктового ритейла

2.3 Сезонность на рынке продуктового ритейла

2.4 Резюме по разделу

3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА ПРОДУКТОВОГО РИТЕЙЛА

3.1 Объем и темпы роста рынка

3.2 Резюме по разделу

4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА ПРОДУКТОВОГО РИТЕЙЛА

4.1 Уровень конкуренции

4.2 Описание профилей крупнейших игроков Рынка

Магнит



X5 Retail Group

Ашан

МЕТРО

ДИКСИ

Лента

О'КЕЙ

4.3 Модели управления региональными торговыми сетями

4.4 Резюме по разделу

5. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ ПРОДУКТОВОГО РИТЕЙЛА

5.1 Особенности сбытовой политики на Рынке

5.2 Нормативные документы, регулирующие деятельность на рынке

5.3 Основные каналы продвижения на рынке

5.4 Резюме по разделу

6. АНАЛИЗ ПОВЕДЕНИЯ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА ПРОДУКТОВОГО РИТЕЙЛА

6.1 Описание потребительского поведения на рынке

6.2 Резюме по разделу

7. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

7.1 Основные тенденции Рынка

7.2 STEERPLE-анализ рынка

7.3 Риски и барьеры при выходе на рынок



I. ВВЕДЕНИЕ

Розничная торговля, в частности продуктовый ритейл, – один из немногих секторов российской экономики, который ...

Сложившаяся экономическая ситуация в России в 2014-2015 гг. оказала непосредственное влияние на развитие рынка сетевого ритейла в целом, определила основные векторы развития крупных сетей. Многие ...

...

По данным Росстата, стоимость минимального набора продуктов питания в среднем по России в конце мая 2017 года составила ...

Данное маркетинговое исследование необходимо для понимания сложившейся ситуации на рынке.



II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Цель исследования

Изучение и анализ российского рынка розничной торговли продуктами питания: текущей ситуации, тенденций и перспектив его развития с учётом влияния кризиса

Задачи исследования

- Определить количественные показатели рынка
- Провести сегментацию и описать структуру рынка
- Дать характеристику сегментам рынка
- Провести конкурентный анализ рынка
- Провести анализ потребителей рынка
- Описать тенденции рынка, а также факторы, влияющие на развитие рынка
- Выявить перспективы развития рынка

Предмет исследования

Российский рынок розничной торговли продуктами питания (далее Рынок)

Методы сбора данных

Данное исследование было проведено кабинетным методом, который предполагает получение вторичной информации о рынке из открытых источников, а также консолидацию уже имеющихся сведений об изучаемом рынке.



Источники информации

В качестве источников информации об изучаемом рынке были использованы следующие открытые источники:

- информационно-аналитические порталы, посвященные изучаемому рынку
- открытые статистические данные
- аналитические обзоры, включая профессиональные издания (СМИ)
- сайты поставщиков изучаемых услуг



III. АНАЛИЗ РЫНКА ПРОДУКТОВОГО РИТЕЙЛА

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА

1.1 Понятие услуги

Продуктовый ритейл – продажа товаров конечному потребителю (частному лицу). Розничная торговля является ...

Существует понятие формата розничного магазина. Это набор характеристик, присущих какому-либо виду магазина. Такими характеристиками являются:

- площадь торгового зала
- количество товарных позиций
- уровень обслуживания покупателей
- технология размещения товара

Есть следующие форматы розничной торговли:

- дискаунтер
- у дома
- супермаркет
- гипермаркет
- cash&carry
- универсам
- универмаг

Форматы розничной торговли будут описаны по основным характеристикам в разделе «Сегментация рынка».

...



1.2 Показатели социально-экономического развития

В настоящее время российская экономика находится в состоянии плавного выхода из стагнации.

1. С января по февраль 2009г. – **инерция кризиса**. Для данного этапа были характерны следующие особенности:

2. С марта по май 2009г. – **стабилизация в валютно-финансовой системе**.

Благодаря проведению политики «дорогих денег»¹, период девальвации остановился, что привело к ...

3. С июня по декабрь 2009г. – ...

4. С января по май 2010г. – ...

5. С мая 2010г. по 2012г. – ...

6. С 2012г. по 2013г. - ...

7. С 2014г. по настоящее время – ...

8. Со второго полугодия 2016 г. **отмечаются признаки ...**

В течение первых семи месяцев 2017 г. ...

Что касается Рынка продуктового ритейла, то он, как одна из составляющих российской экономики, находится под влиянием основных социально-экономических показателей и в первую очередь:

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

Внутренний валовой продукт (ВВП)

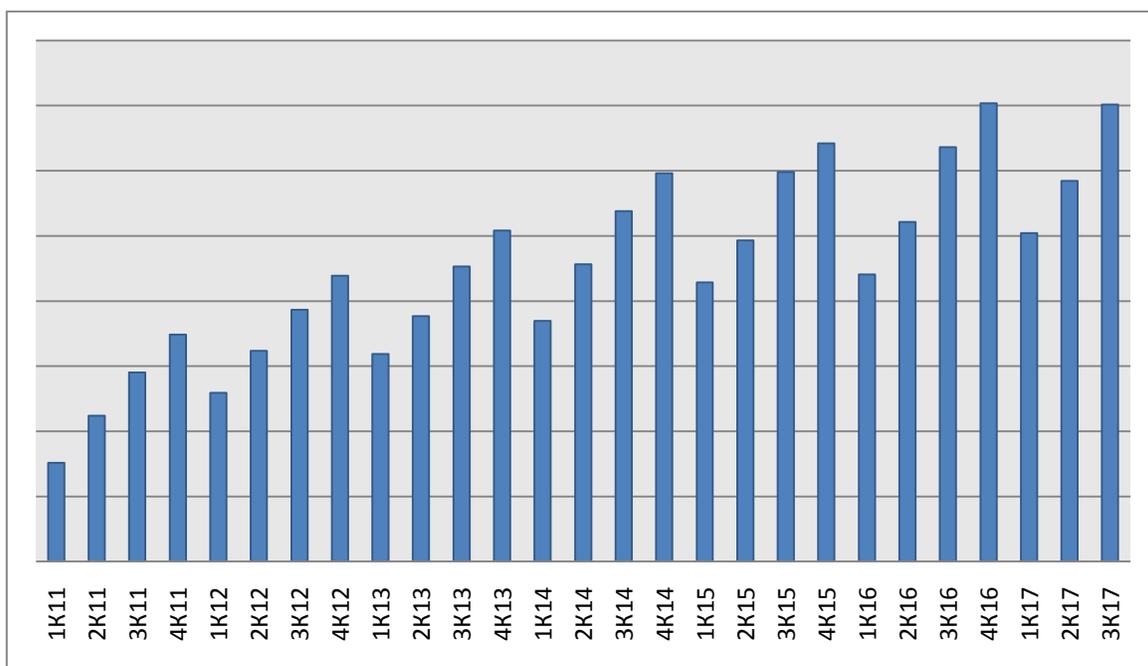
По данным ФСГС РФ² номинальный объем ВВП России по итогам 2016 г. составил ... трлн руб., установив очередное рекордное значение (+...% к уровню 2015 г.). В целом ...

¹ Политика «дорогих денег» - проводится Центробанком, прежде всего, как антиинфляционная политика. Для того чтобы сократить денежное предложение, ограничивается денежная эмиссия, осуществляется продажа государственных ценных бумаг на открытом рынке, увеличивается минимальная резервная норма, увеличивается учётная ставка



...
Показатель ВВП в текущих ценах за 3-й квартал 2017 г. составил ... трлн руб., что на ...% выше уровня 1-го квартала 2017 г. и на ...% выше, чем уровень 2-го квартала 2017 г. Следует также отметить, что ЦБ РФ сообщил в сентябре 2017 г. о пересмотре прогноза роста ВВП в 2017 г. до ...% с ожидавшихся ранее ...%.

Диаграмма 2. Поквартальная динамика ВВП РФ в 2011-2017 гг., в текущих ценах, трлн руб.



Уровень инфляции

Официальная статистика для определения уровня инфляции в стране использует **индекс потребительских цен (ИПЦ)**. Однако в целях исследования рынка продуктового ритейла

² Данные, начиная с 2011 г. содержат изменения, связанные с внедрением положений СНС 2008 г. относительно учета результатов научных исследований и разработок и систем вооружения.

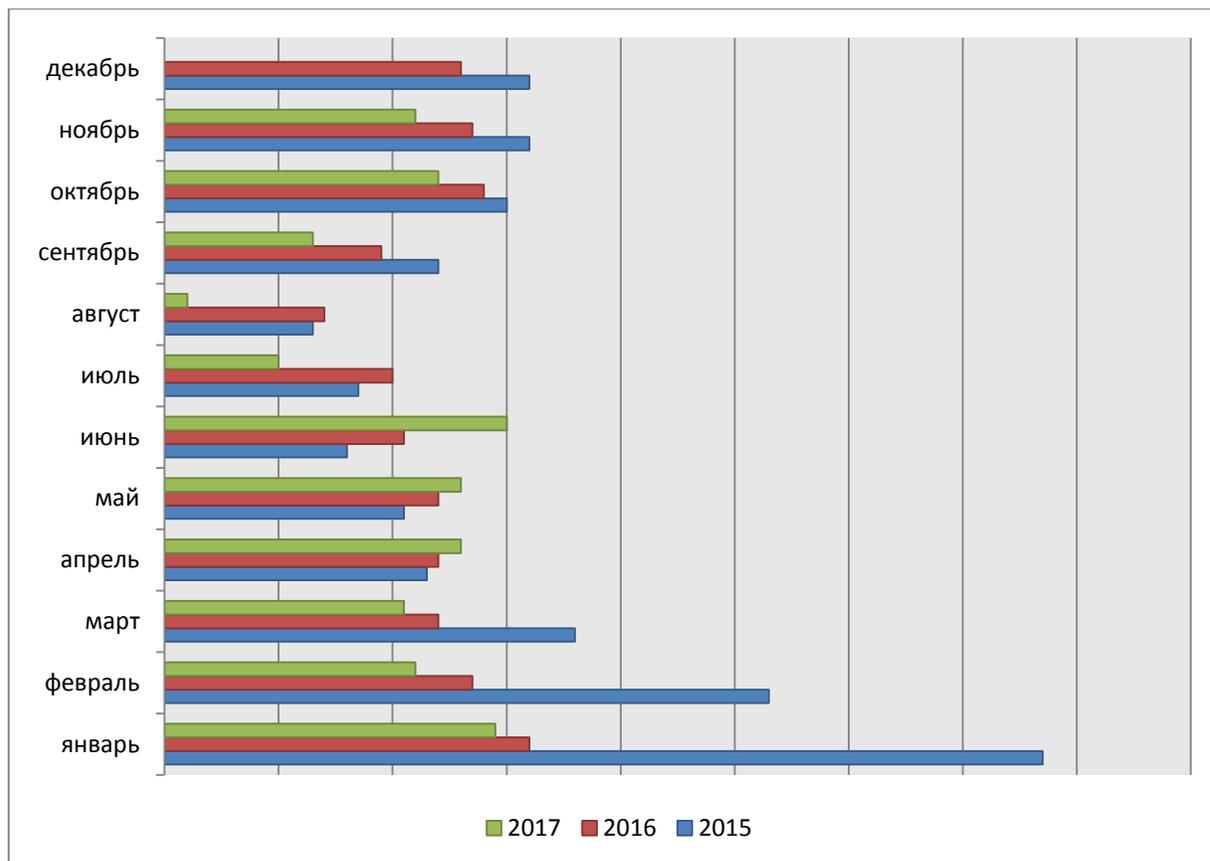


целесообразно использовать именно **индекс потребительских цен на продовольственные товары**.

...

Согласно данным ФСГС РФ ИПЦ на продовольственные товары в ноябре 2017 г. относительно октября 2017 г. составил ...%. Таким образом, прирост средних цен на продовольственную продукцию в ноябре составил ...% против ...% в октябре. Иными словами, в ноябре цены на продовольственную продукцию продемонстрировали ...

Диаграмма 3. Индекс потребительских цен на продовольственные товары в 2015-2017 гг., % к предыдущему месяцу



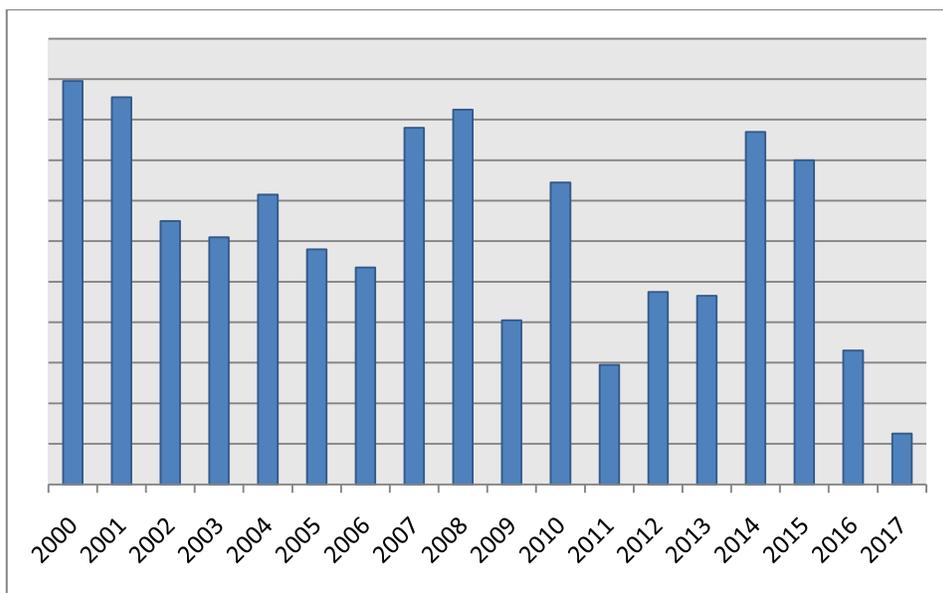
Источник: ФСГС РФ, декабрь 2017 г.

Относительно декабря 2016 г. ИПЦ на продовольственные товары в ноябре 2017 г. составил ...%, что означает ...

...



Диаграмма 4. Индекс потребительских цен на продовольственные товары в 2000-2017 гг. на конец года, % к декабрю предыдущего года³



Источник: ФСГС РФ, декабрь 2017 г.

...

Уровень занятости

По официальным данным в ноябре 2017 г. численность рабочей силы составила ...

...

Численность занятого населения в ноябре 2017 г. уменьшилась по сравнению с октябрём 2017 г. на ...

...

Общая численность безработных, классифицируемых в соответствии с критериями МОТ, в ... раза превысила численность безработных, зарегистрированных в органах службы занятости населения. В конце ноября 2017 г. в органах службы занятости населения состояло на учете в качестве безработных ...

³ Ноябрь 2017 г. в % к декабрю 2016 г.

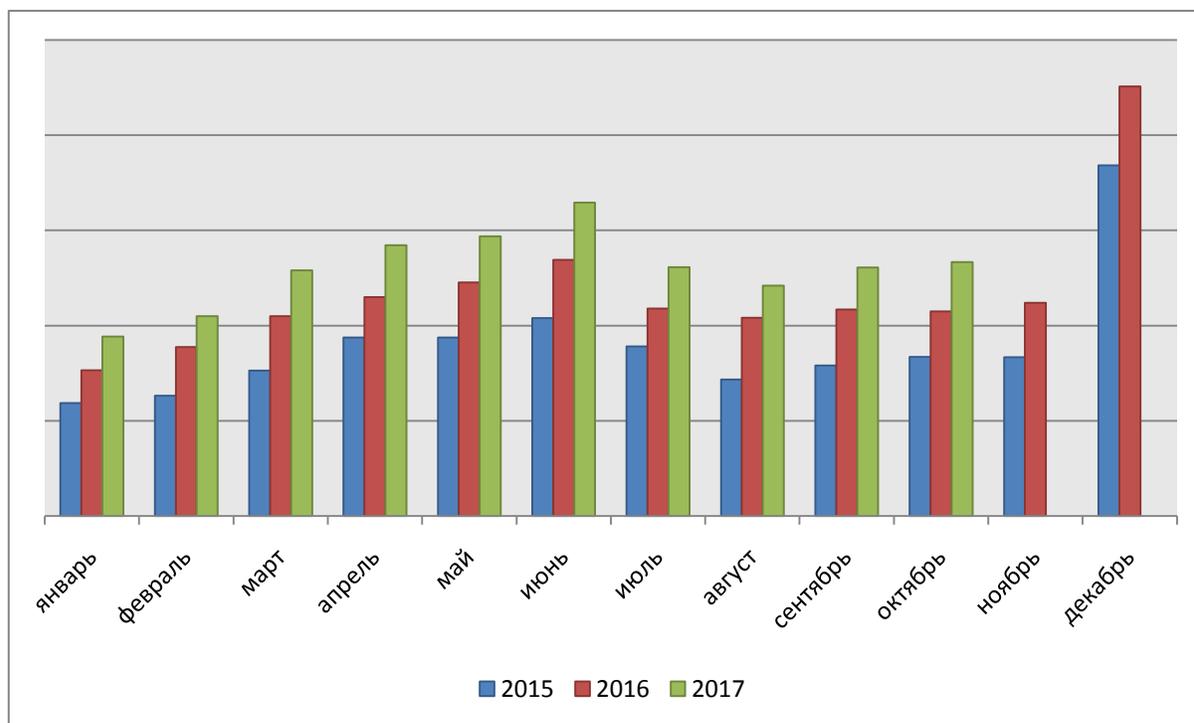


.... Таким образом, тенденция по сокращению уровня безработицы в стране в ноябре 2017 г. продолжилась, что позитивно отражается на рынке продуктового ритейла.

Уровень доходов населения

...

Диаграмма 7. Динамика среднемесячной номинальной начисленной заработной платы в РФ в 2015-2017 гг., тыс. руб. в месяц



Источник: ФСГС РФ, декабрь 2017 г.

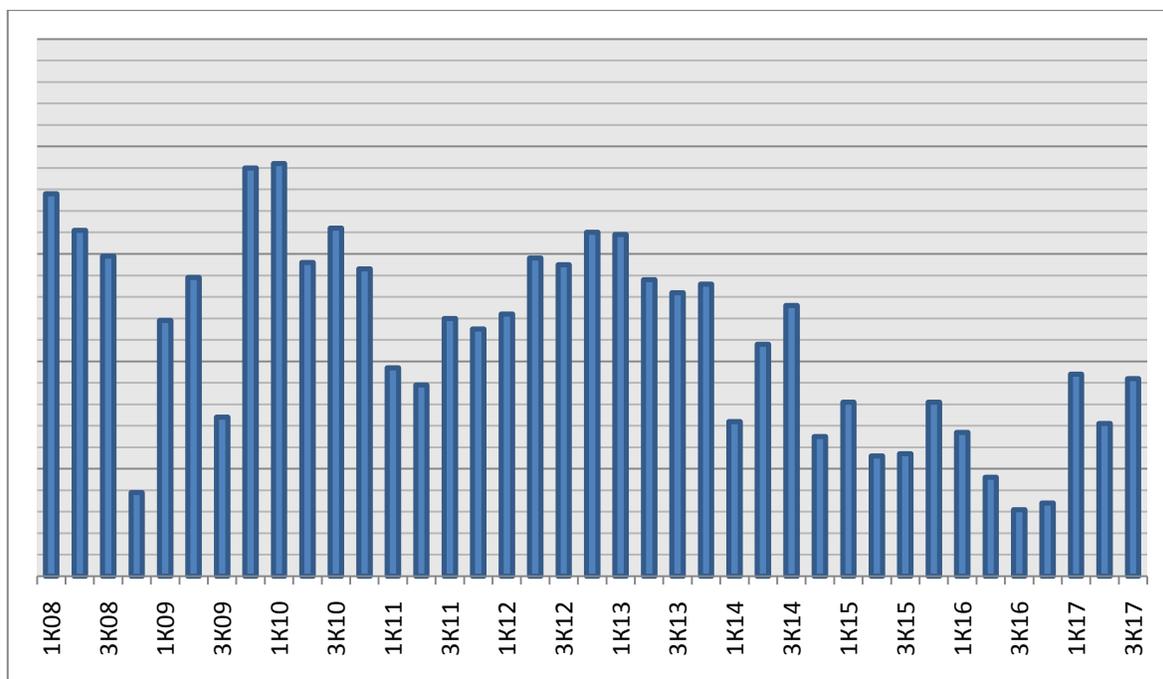
По данным ФСГС РФ **среднемесячная начисленная заработная плата** работников всех видов организаций по экономике в целом составила 38 333 руб. в месяц в октябре 2017 г., что на 0,8% выше аналогичного показателя месяцем ранее и на 7,2% выше, чем годом ранее. Таким образом, в сентябре-октябре 2017 г. наблюдается традиционная для второго полугодия стабилизация средней номинальной заработной платы, сменившая негативную тенденцию июня-августа. Стоит также отметить, что в номинальном выражении размер заработной



платы работников в российской экономике в 2017 г. ежемесячно превышал размер заработной платы работников в 2015-2016 гг.

При этом **реальные располагаемые денежные доходы**⁴ (доходы за вычетом обязательных платежей, скорректированные на индекс потребительских цен) в 2013 г. демонстрировали постепенное замедление темпов прироста, а примерно с I кв. 2014 г. – тенденцию к снижению.

Диаграмма 8. Поквартальная динамика реальных располагаемых денежных доходов населения РФ в 2008-2016 гг., в % к соответствующему периоду прошлого года⁵



Источник: ФСГС РФ, декабрь 2017 г.

Несмотря на ...

⁴ **Реальные располагаемые денежные доходы** – относительный показатель, исчисленный путем деления индекса номинального объема (т.е. фактически сложившегося в отчетном периоде) располагаемых денежных доходов населения на индекс потребительских цен за соответствующий период.

⁵ Данные за 2017 г. предварительные.



...

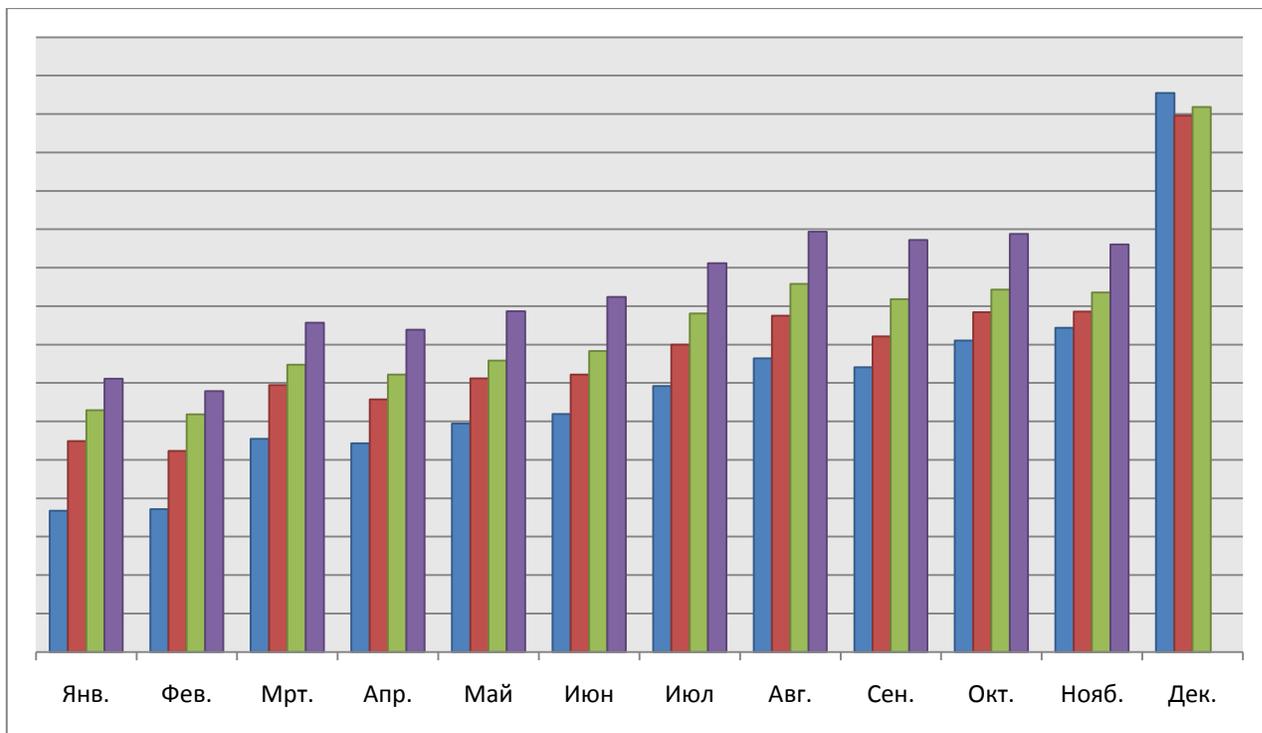
Розничная торговля

...

В ноябре 2017 г. ежемесячный показатель оборота розничной торговли составил ... трлн руб., что составляет ... В целом за январь-ноябрь 2017 г. в российской экономике имел место рост оборота розничной торговли относительно января-ноября 2016 г. на ...%.



Диаграмма 10. Динамика оборота розничной торговли в 2014-2017 гг., трлн руб.⁶



Источник: ФСГС РФ, декабрь 2017 г.

Анализируя ежемесячные данные оборота розничной торговли, следует отметить ...

В ноябре 2017 г. оборот розничной торговли на ...% формировался торговыми организациями и индивидуальными предпринимателями, осуществляющими деятельность вне рынка, доля розничных рынков и ярмарок составила ...% (в ноябре 2016 г. – ...% и ...% соответственно).

...

В ноябре 2017 г. в структуре оборота розничной торговли удельный вес пищевых продуктов, включая напитки, и табачных изделий составил ...%, непродовольственных товаров – ...% (в ноябре 2016 г. – ...% и ...% соответственно).

⁶ Данные изменены после получения итогов по формам, разрабатываемым с квартальной периодичностью, а также за счет уточнения респондентами ранее предоставленной оперативной информации.



...

Прогнозные данные по основным показателям, характеризующим уровень доходов и расходов населения в экономике, а также ценовую стабильность, содержатся в ...

Согласно оценкам МЭР, на горизонте 2017-2019 гг. российский ВВП будет ...

Таблица 1. Прогноз основных показателей социально-экономического развития РФ в 2017-2019 гг.

Показатель/Сценарий	2017	2018	2019
Цены на нефть «Юралс» (мировые), долларов США за баррель			
Базовый			
Базовый+			
Целевой			
Индекс потребительских цен на конец года, в % к декабрю			
Базовый			
Базовый+			
Целевой			
Валовой внутренний продукт, %			
Базовый			
Базовый+			
Целевой			
Инвестиции в основной капитал, %			
Базовый			
Базовый+			
Целевой			
Промышленность, %			
Базовый			
Базовый+			
Целевой			
Реальные располагаемые денежные доходы населения, %			
Базовый			
Базовый+			
Целевой			
Реальная заработная плата работников организаций, %			
Базовый			
Базовый+			
Целевой			
Оборот розничной торговли, %			
Базовый			
Базовый+			
Целевой			
Экспорт - всего, млрд. долларов США			



Показатель/Сценарий	2017	2018	2019
Базовый			
Базовый+			
Целевой			
Импорт - всего, млрд. долларов США			
Базовый			
Базовый+			
Целевой			

Источник: МЭР РФ, декабрь 2017 г.

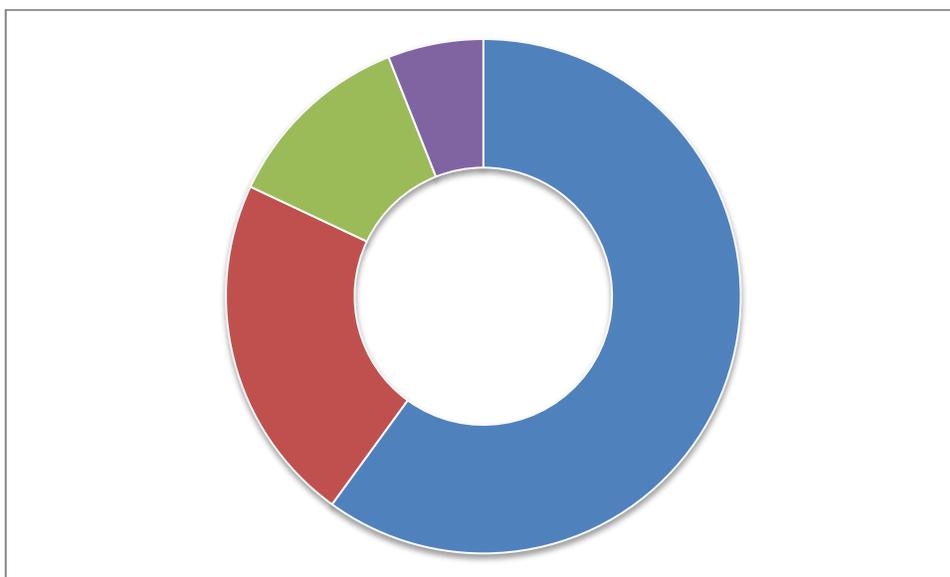
В итоге, согласно предложенному прогнозу основных показателей социально-экономического развития, ключевым драйвером роста рынка продуктовой розницы в России должен стать ...



1.3 Описание влияющих рынков

Влияющим на рынок розничной торговли продуктами питания является рынок торговой недвижимости.

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

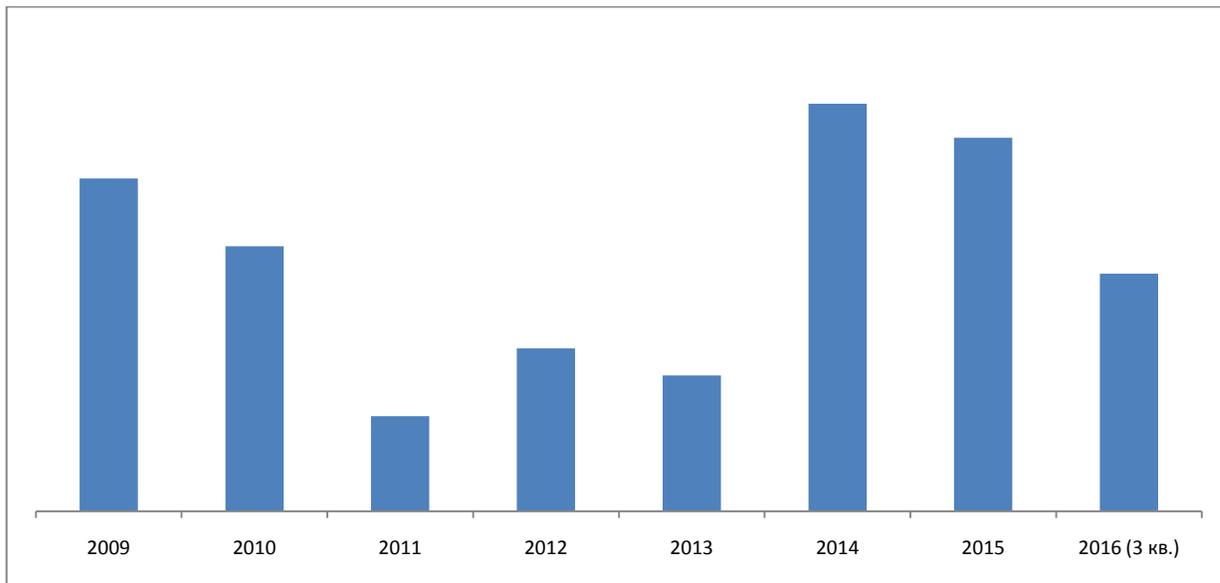


В структуре предложения качественных торговых площадей в России в 2016 г. Москва занимала долю ...%, Санкт-Петербург – ...%, Московская область – ...%. При этом доля региональных городов значительна и составляла ...%.

Таким образом, ...

На российский рынок продолжают выходить новые иностранные игроки: ...

Диаграмма 14. Ввод торговых площадей в Москве в 2009-2016 гг., тыс. кв. м.



...

Таблица 3. Крупнейшие торговые центры России, сданные в 2017 году

Название	Город	Площадь (Общ), м
Тарелка	Златоуст	32 000

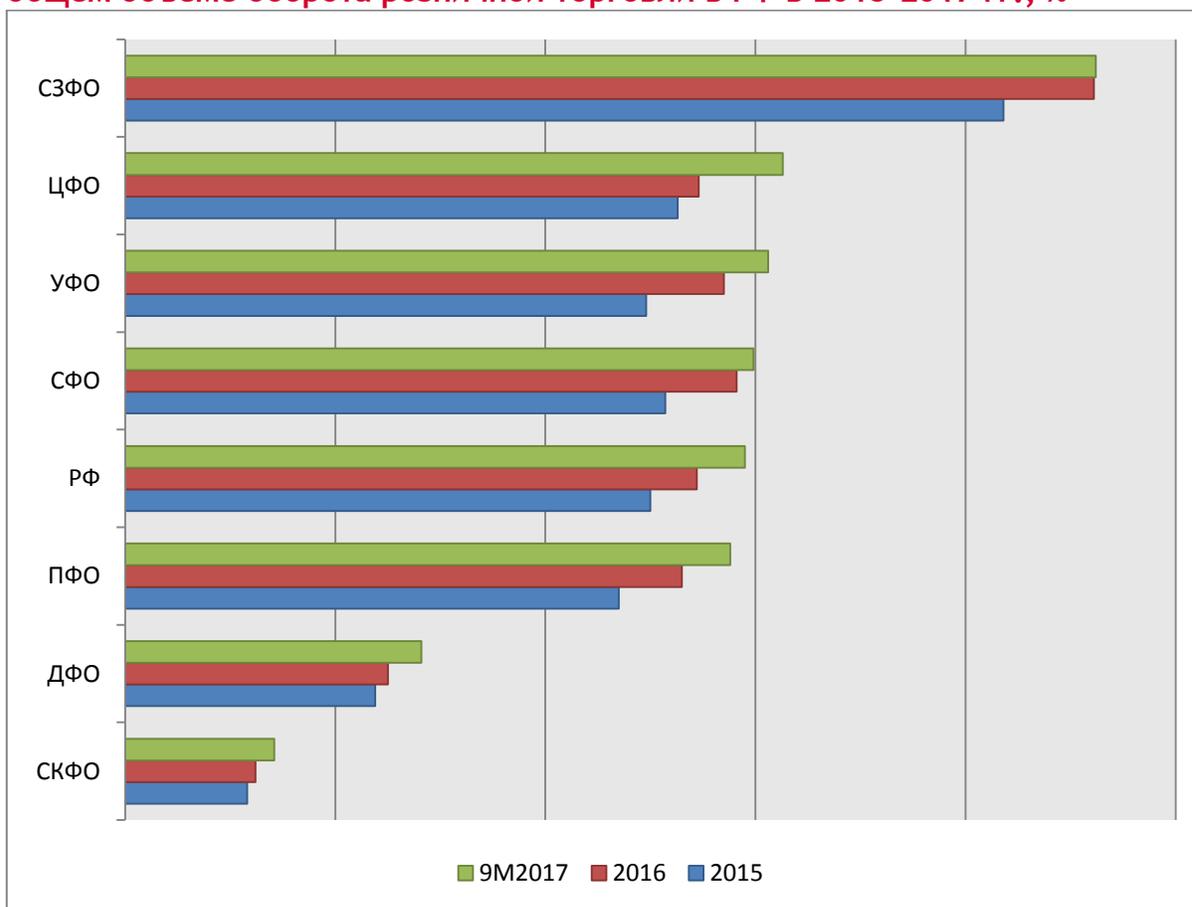


3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА ПРОДУКТОВОГО РИТЕЙЛА

3.1 Объем и темпы роста рынка

Согласно данным ФСГС РФ за 9 месяцев 2017 г. розничные торговые сети формировали в среднем по стране ...% общего объема оборота розничной торговли. При этом доля розничных сетей в обороте розничной торговли в целом по стране в 2016 г. была равна ...%, в 2015 г. – ...%. Таким образом, розничные сети продолжают консолидировать российскую розничную торговлю.

Диаграмма 20. Доля оборота розничной торговли розничных торговых сетей в общем объеме оборота розничной торговли в РФ в 2015-2017 гг., %



Источник: ФСГС РФ, декабрь 2017 г.



Увеличение доли розничных торговых сетей наблюдается как ...

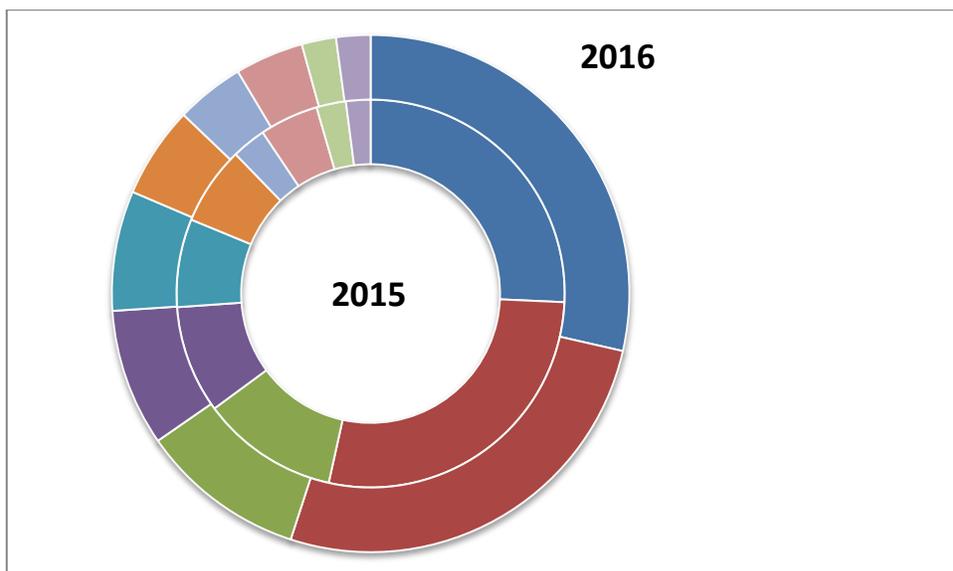
.....

2. 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 кризисных 2015-2016 гг.

Диаграмма 26. Доли крупнейших продуктовых сетей на рынке продовольственного ритейла в России в 2015-2016 гг., %⁷



⁷ Доля компании «Магнит» приведена без учета сети магазинов «Магнит Косметик».



Как отмечалось ранее, в настоящее время крупнейшие игроки российского продуктового ритейла ...

Таблица 6. Ключевые показатели топ-7 продуктовых ритейлеров в РФ в 2016 г.

	Количество магазинов, шт	Торговая площадь, тыс. кв. м	Выручка, млрд руб.	Капитализация, млрд долл.	Рыночная доля, %
Магнит	14 059,0	5 068,0	1 074,8	20,9	8
X5 Retail Group	9 187,0	4 302,0	1 033,7	8,8	8
Дикси	2 802,0	953,0	311,2	0,6	2
Лента	240,0	1 146,0	306,4	4,0	2
Ашан	301,0	1 106,0	415,6 ⁸	-	3 ⁹
Метро	89,0	672,0	230,7	-	2
О'КЕЙ	164,0	623,0	175,5	0,7	1

Источник: «Infoline-Аналитика», данные компаний.

Таблица 9. Топ-15 FMCG-сетей по объему выручки в 2016-2017 годах

№	УК	Название сети	Формат	Выручка в 2016 г., млрд руб., без НДС	%	Выручка в 2017 г., млрд руб., без НДС	%	Количество магазинов, декабрь 2017	Торговая площадь, тыс. м2, декабрь 2017
1									
..									
7	О КЕЙ, ООО	О'Кей, О'Кей Экспресс, Да!	супермаркет, гипермаркет, дискаунтер	175,5	8	174,3	1,1	145	577,8
..									
15									

⁸ По состоянию на 31.12.2015 г.

⁹ По состоянию на 31.12.2015 г.



4.3 Модели управления региональными торговыми сетями

В России сформировалось несколько моделей управления региональными торговыми сетями:¹⁰

- **«Инвестиционная» модель.** Данная модель не слишком популярна и лишь частично связывает объекты торговой сети. Модель предполагает, что магазины имеют либо единый инвестиционный центр, либо пользуются общей торговой маркой.
- **«Холдинговая» модель** считается более распространенной. Ее главная особенность состоит в том, что центральный офис определяет всю закупочную политику сети. Как правило подобный стиль управления используют розничные торговые сети, не имеющие распределительных центров. Холдинговая система предполагает быстрое расширение сети, её выход на международный уровень.
- **«Централизованная» модель** является наиболее удобной и эффективной. Общий центр определяет не только закупочные условия, но и ассортиментную, и ценовую политику. В случае если ритейлер владеет распределительными центрами, то у него появляется возможность за относительно короткие сроки стать лидером рынка.
- **«Лоточной» моделью** управления достаточно редко встречаются на региональном рынке. Региональная сеть находится под жестким контролем центрального офиса. Отдельный магазин не имеет никаких рычагов управления, и сбои в верхней системе менеджмента могут привести к задержкам в работе отдельных торговых точек.

В России наиболее популярными считаются «холдинговая» и «централизованная» модели управления, причем последняя является универсальной и позволяет более эффективно выходить на новые региональные рынки.

¹⁰ Источник: Журнал «Продвижение Продовольствия. Prod&Prod».



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

Ассортиментная политика региональных сетей формируется тремя подходами:

- Вертикальный подход – сужение или расширение ассортимента
- Горизонтальный подход – диверсификация набора товаров в рамках настоящей деятельности
- Комплексный подход – включает в себя два предыдущих

В российской практике в основном используют горизонтальный метод, реже – вертикальный, поскольку резкое изменение количества товара не способствует здоровой конкуренции на рынке.

Немаловажным аспектом работы розничной сети является выбор ценовой политики. Рассмотрим некоторые методы ее формирования:

- Метод «снятия сливок» - его используют розничные торговцы, начинающие реализацию многономенклатурной продукции. Продавец устанавливает высокие цены на уникальные товары, пока не упадет спрос.
- На начальных этапах развития сети многие используют политику заниженных цен, чтобы быстро проникнуть на рынок и завладеть покупательской аудиторией.
- Большинство ритейлеров стремится устанавливать стабильные цены, что обеспечивает и стабильную прибыль.



6. АНАЛИЗ ПОВЕДЕНИЯ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА ПРОДУКТОВОГО РИТЕЙЛА

6.1 Описание потребительского поведения на рынке

По данным скан-панели домохозяйств исследовательской компании «Ромир», в ноябре 2017 г. номинальные повседневные расходы жителей российских городов с населением от 100 тыс. жителей составили ...% (январь 2012 г. – 100%). Годом ранее данный показатель составлял ...%, в 2015 г. – ...%, в 2014 г. – ...%. Таким образом, начиная с июня 2017 г. номинальные повседневные расходы превышают значения за аналогичные периоды 2014-2016 гг., что говорит о росте потребительских расходов домохозяйств в 2017 г. относительно предыдущих лет. При этом в течение второго полугодия 2017 г. наблюдается ускорение роста номинальных повседневных расходов, связанное с сезонными факторами.

...

Диаграмма 29. Динамика реальных («очищенных» от инфляции) повседневных расходов жителей российских городов с населением от 100 тыс. жителей в 2012-2017 гг., %

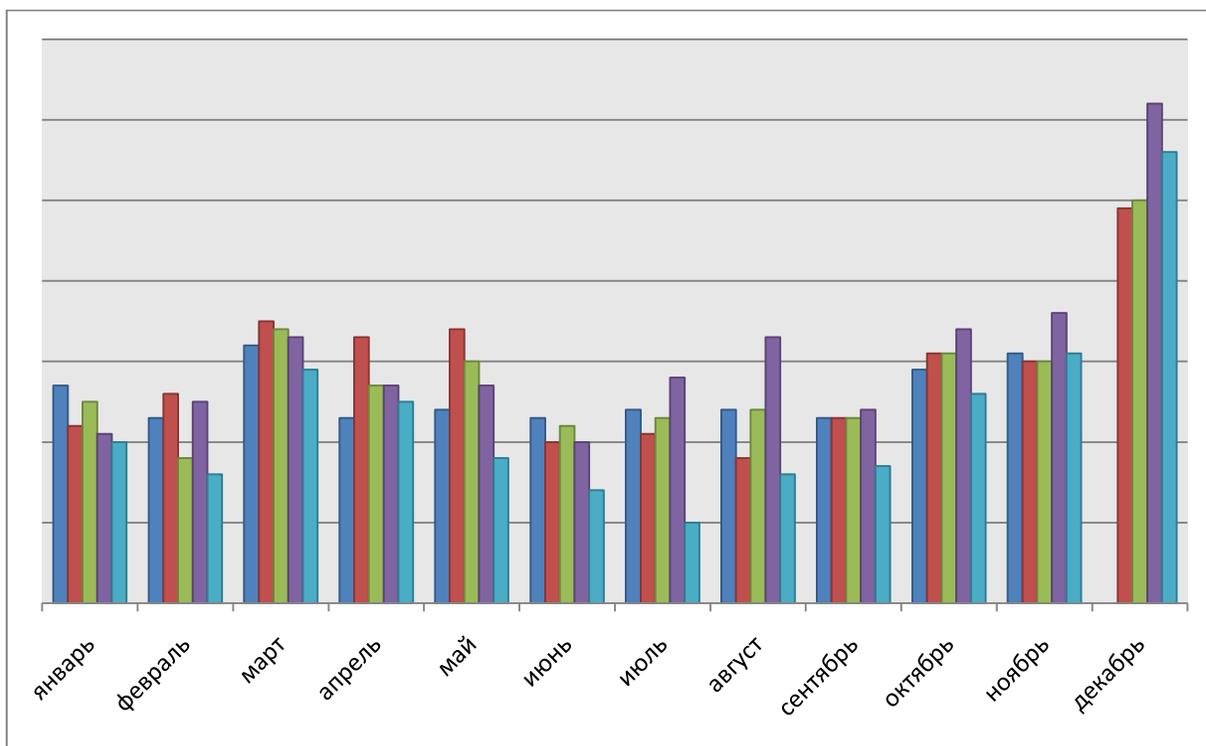
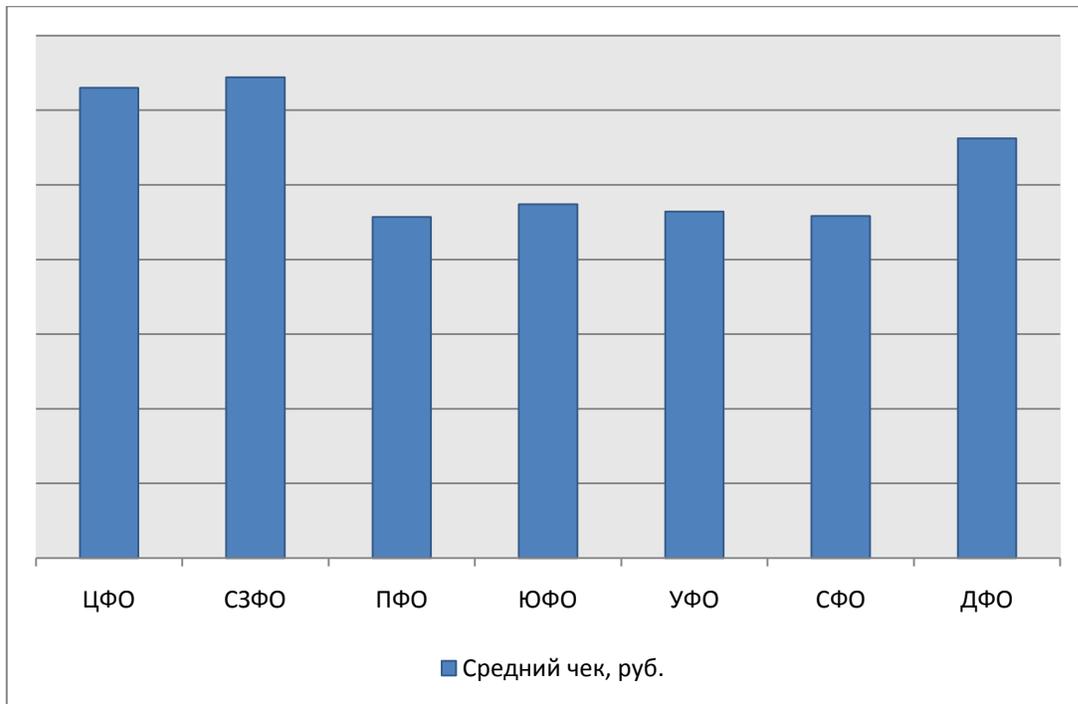


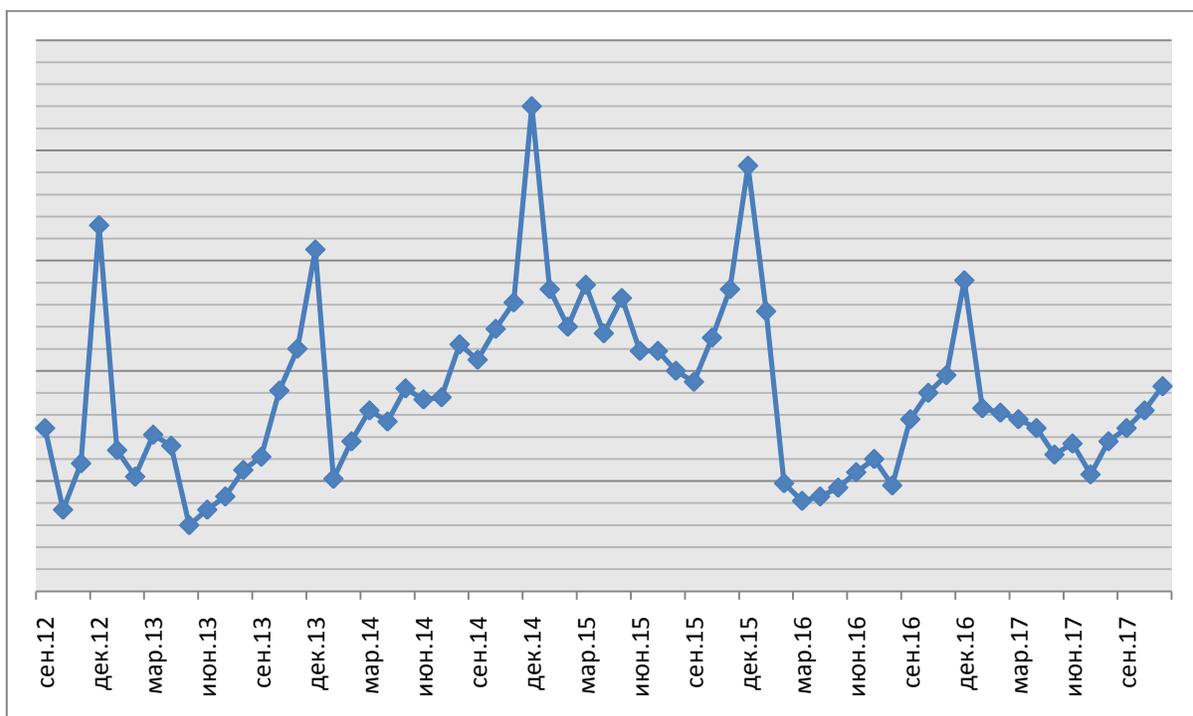


Диаграмма 30. Средний чек по федеральным округам в ноябре 2017 г., руб.



...

Диаграмма 31. Динамика среднего чека в России в 2012-2017 гг., руб.





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