

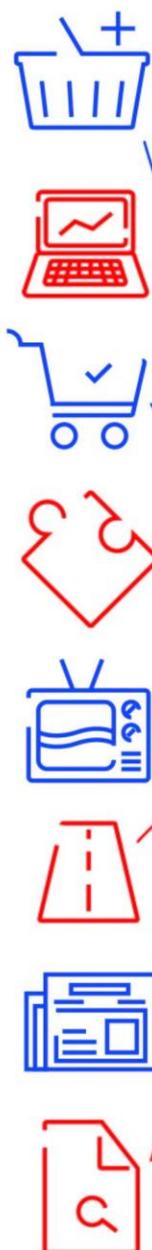
В 2007 году аналитические продукты информационного агентства INFOLine были по достоинству оценены ведущими европейскими компаниями. Агентство INFOLine было принято в единую ассоциацию консалтинговых и маркетинговых Агентств мира "ESOMAR". В соответствии с правилами ассоциации все продукты агентства "INFOLine" сертифицируются по общеевропейским стандартам, что гарантирует нашим клиентам получение качественного продукта и постпродажного обслуживания посредством проведения дополнительных консультаций по запросу заказчиков.



INFOLine Retail Russia TOP-100

Расширенная
версия

Демо-версия



Показатели экономики и розничной торговли России

Рейтинг 100 крупнейших ритейлеров России

Состояние рынка торговых центров России

Анализ взаимодействия розничных сетей России с финансовыми рынками

Конъюнктура рынка M&A в FMCG и non-food ритейле

Региональное развитие сетевой розничной торговли и крупнейших торговых сетей

Обзоры различных сегментов розничной торговли России (FMCG, БТЭ, DIY&Household и мебели, мобильных телефонов, парфюмерии и косметики, дрогери, fashion и детских товаров)

Бизнес-справки по 100 крупнейшим ритейлерам России



Информационное агентство INFOLine было создано в 1999 году для оказания информационно-консалтинговых услуг коммерческим организациям. Осуществляет на постоянной основе информационную поддержку более 1000 компаний России и мира.



Для приобретения полной версии исследования отправьте запрос на retail@infoline.spb.ru или позвоните по телефону +7 (812) 322 68 48 доб. 132, 309, +7 (495) 772 76 40

www.infoline.spb.ru
www.inforetail.ru

Для Вас действует специальное предложение на приобретение полной версии исследования INFOLine Retail Russia TOP-100

Содержание

Об Исследовании (описание, методы, источники).....	3 стр.
INFOLine Retail Russia TOP-100. Тенденции 2015. Прогноз до 2018 года. Расширенная версия (650 стр.)	
Часть I.	
Раздел I. Основные показатели экономики и розничной торговли России.....	56 стр.
<i>Макроэкономические показатели розничной торговли</i>	
<i>Сравнительный анализ российского розничного рынка и рынков других стран</i>	
<i>Государственное регулирование розничной торговли.....</i>	
<i>Опережающие индикаторы развития розничной торговли</i>	
<i>Структура оборота розничной торговли по видам товаров</i>	
<i>Структура оборота розничной торговли по видам организаций.....</i>	
<i>Инфляция на рынке продовольственных и непродовольственных товаров.....</i>	
<i>Доходы и расходы населения</i>	
<i>Потребительские ожидания и уверенность населения.....</i>	
Раздел II. Региональное развитие экономики и розничной торговли России.....	90 стр.
<i>Региональная структура оборота розничной торговли.....</i>	
<i>Анализ экономики и розничной торговли России по федеральным округам</i>	
<i>Анализ экономики и розничной торговли в крупнейших регионах России</i>	
Раздел III. Рейтинг крупнейших ритейлеров INFOLine Retail Russia TOP-100.....	71 стр.
<i>Методология Рейтинга INFOLine Retail Russia TOP-100.....</i>	
<i>Состояние сетевой торговли России и показатели TOP-100 ритейлеров.....</i>	
<i>Лидеры сегментов и отдельных показателей</i>	
<i>Структура рейтинга INFOLine Retail Russia</i>	
<i>Ранговый рейтинг 100 крупнейших ритейлеров</i>	
<i>Рейтинг 100 крупнейших ритейлеров по выручке</i>	
<i>Рейтинг крупнейших розничных групп по выручке</i>	
<i>Рейтинг 100 крупнейших ритейлеров по выручке на единицу площади</i>	
<i>Рейтинг 100 крупнейших ритейлеров по сопоставимым продажам</i>	
<i>Рейтинг 100 крупнейших ритейлеров по финансовой эффективности.....</i>	
<i>Рейтинг 100 крупнейших ритейлеров по количеству магазинов.....</i>	
<i>Рейтинг 100 крупнейших ритейлеров по величине торговых площадей</i>	
Раздел IV. Анализ взаимодействия розничных сетей России с финансовыми рынками.....	44 стр.
<i>Анализ взаимодействия Non-Food сетей России с финансовыми рынками.....</i>	
<i>Анализ взаимодействия сетей FMCG России с финансовыми рынками.....</i>	
Раздел V. Конъюнктура рынка M&A в ритейле России.....	58 стр.
<i>Этапизация развития рынка M&A Non-Food ритейла в России</i>	
<i>Конъюнктура рынка M&A fashion ритейла в России.....</i>	
<i>Конъюнктура рынка M&A DIY ритейла в России.....</i>	
<i>Конъюнктура рынка M&A БиКТ ритейла России.....</i>	
<i>Конъюнктура рынка M&A ритейла мобильных устройств России.....</i>	
<i>Конъюнктура рынка M&A аптечного ритейла России</i>	
<i>Конъюнктура рынка M&A ритейла детских товаров России.....</i>	
<i>Конъюнктура рынка M&A ритейла косметики и парфюмерии России.....</i>	
<i>Конъюнктура рынка M&A в FMCG ритейле России</i>	
Раздел VI. Состояние рынка торговых центров в городах России.....	33 стр.
<i>Основные показатели строительной отрасли</i>	
<i>Строительство нежилых объектов.....</i>	
<i>История и этапы развития российского рынка торговых центров</i>	
<i>Анализ состояния рынка торговых центров России.....</i>	
<i>Динамика ввода торговых площадей в 32 городах и регионах России</i>	
<i>Насыщенность площадями в торговых центрах в городах России.....</i>	
<i>Динамика арендных ставок на рынке торговых центров России</i>	
<i>Прогноз показателей рынка торговых центров России.....</i>	
<i>Рейтинг крупнейших собственников торговой недвижимости</i>	

Приложение 1. Структура розничного оборота по субъектам РФ в 2008-2015 гг. 2 стр.

Часть II.

Раздел I. Тенденции развития, динамика и структура розничной торговли России 4 стр.

Тенденции развития, прогнозы и рейтинги сегмента FMCG 39 стр.

Тенденции и прогнозы развития розничной торговли FMCG

Рейтинг крупнейших ритейлеров рынка FMCG.....

Тенденции развития, прогнозы и рейтинги сегмента Fashion..... 74 стр.

Тенденции и прогнозы развития Fashion ритейла

Рейтинг крупнейших ритейлеров Fashion рынка.....

Рейтинг крупнейших ритейлеров сегмента "Одежда и аксессуары"

Региональная представленность.....

Перспективы развития крупнейших ритейлеров.....

Рейтинг крупнейших ритейлеров сегмента "Обувь".....

Региональная представленность.....

Перспективы развития крупнейших ритейлеров.....

Рейтинг крупнейших ритейлеров сегмента "Спорт"

Региональная представленность.....

Перспективы развития крупнейших ритейлеров.....

Тенденции развития, прогнозы и рейтинги сегмента DIY&Household и Мебель..... 40 стр.

Тенденции и прогнозы развития рынка розничной торговли строительными и отделочными материалами ...

Рейтинг крупнейших ритейлеров рынка DIY

Региональная представленность крупнейших ритейлеров рынка DIY

Перспективы развития крупнейших ритейлеров рынка DIY.....

Рейтинг крупнейших ритейлеров рынка "Household и мебель".....

Региональная представленность крупнейших ритейлеров рынка "Household и мебель"

Перспективы развития крупнейших ритейлеров на рынке "Household и мебель"

Тенденции развития, прогнозы и рейтинги сегмента "Бытовая и компьютерная техника" 34 стр.

Тенденции и прогнозы развития розничной торговли бытовой техникой и потребительской электроникой...

Рейтинг крупнейших ритейлеров рынка бытовой и компьютерной техники

Региональная представленность.....

Перспективы развития крупнейших ритейлеров.....

Тенденции развития, прогнозы и рейтинги сегмента "Мобильные устройства" 18 стр.

Тенденции и прогнозы развития розничной торговли мобильными устройствами

Рейтинг крупнейших ритейлеров рынка мобильных устройств.....

Перспективы развития крупнейших ритейлеров.....

Тенденции развития, прогнозы и рейтинги сегмента "Аптеки" 18 стр.

Тенденции и прогнозы развития аптечного ритейла

Рейтинг крупнейших ритейлеров аптечного ритейла

Перспективы развития крупнейших ритейлеров.....

Тенденции развития, прогнозы и рейтинги сегмента "Детские товары" 25 стр.

Тенденции и прогнозы развития розничной торговли детскими товарами.....

Рейтинг крупнейших ритейлеров рынка детских товаров.....

Региональная представленность.....

Перспективы развития крупнейших ритейлеров.....

Тенденции развития, прогнозы и рейтинги сегмента "Косметика и дрогери" 28 стр.

Тенденции и прогнозы развития розничной торговли косметикой и парфюмерией

Рейтинг крупнейших ритейлеров рынка косметики и дрогери.....

Региональная представленность.....

Перспективы развития крупнейших ритейлеров.....

Перечень продуктов ИА INFOLine по направлению Розничная торговля и недвижимость 2 стр.

Об Исследовании "INFOLine Retail Russia TOP-100. Тенденции 2015. Прогноз до 2018 года"

Цель исследования: анализ состояния и прогноз развития розничной торговли товарами Food и Non-Food России, ранжирование и сравнительный анализ операционных и финансовых показателей 100 крупнейших ритейлеров России, анализ взаимодействия розничных сетей России с финансовыми рынками, конъюнктура рынка M&A в ритейле России, состояние рынка торговых центров России, структурированное описание 100 крупнейших розничных операторов России.

Ключевые параметры рынка: в 2014 году оборот розничной торговли превысил 26 трлн. руб., причем на TOP-100 крупнейших ритейлеров пришлось около 30% оборота, более 51 тыс. магазинов и более 20 млн. кв. м торговой площади. По итогам I пол. 2015 г. оборот розничной торговли продовольственными товарами в физическом выражении сократился на 7,2% (в денежном – вырос на 11,5%), непродовольственными товарами в физическом выражении сократился на 8,3% (в денежном – вырос на 3,4%). По итогам 2015 года оборот розничной торговли в России превысит 27,5 трлн. руб., сократившись в физическом выражении примерно на 10% и увеличившись в денежном выражении в связи с активизацией инфляционных процессов почти на 5%. В исследовании рассмотрены все сегменты розничной торговли кроме продаж автомобилей, запчастей к ним и бензина.

Актуальность исследования: в связи с нестабильной макроэкономической ситуацией в стране, политическими рисками, экономическими санкциями со стороны стран Запада и США, девальвацией рубля усиливается необходимость анализа развития российского розничного сектора со стороны банков и финансовых учреждений, девелоперов, поставщиков товаров и услуг. Эффективным инструментом такого анализа является Рейтинг [INFOLine Retail Russia TOP-100](#), [INFOLine Retail Russia TOP-100](#) – уникальный в России проект формирования общепромышленного и общепризнанного рейтинга крупнейших ритейлеров страны, работа над которым ведется круглогодично. В течение года в режиме нон-стоп аналитиками проводятся сбор, агрегация, верификация и анализ операционных и финансовых показателей розничных компаний РФ. В 2014 году в Рейтинг [INFOLine Retail Russia TOP-100](#) вошли крупнейшие розничные сети России с выручкой (без НДС) более 12 млрд. руб., по которым представлены операционные показатели по состоянию на 01.07.2015 г., финансовые показатели за 2014 год. Исследование ["INFOLine Retail Russia TOP-100. Тенденции 2015. Прогноз до 2018 года"](#) содержит анализ итогов 2014 года и тенденций развития 2015 года, прогноз до 2018 года по основным сегментам розничной торговли России: FMCG, бытовая и компьютерная техника, DIY&Household и мебели, мобильных устройств, парфюмерии, косметики и др. сегменты, fashion и детских товаров.

Направления использования результатов исследования: бенчмаркетинг, анализ конкурентов, маркетинговое и стратегическое планирование, поиск клиентов и партнеров, подготовка к переговорам с торговыми сетями.

Временные рамки исследования: Динамика с 2000 года, Итоги 2014 года (емкость и динамика рынка, финансовые показатели торговых сетей), Итоги I пол. 2015 года (макроэкономические показатели розничной торговли, спрос на потребительском рынке, операционные итоги торговых сетей), Прогнозы на 2015-2018 годы (емкость и динамика рынков, структура розничного рынка России по направлениям торговли, стратегии и планы регионального развития крупнейших сетей).

Преимущества исследования: комплексный анализ розничной торговли Food и Non-Food России, взаимодействия ритейлеров с финансовыми рынками и сделок M&A; структурированное описание и анализ современного состояния и перспектив развития на отдельных рынках: FMCG, DIY&Household и мебель, fashion, бытовая и компьютерная техника, мобильные устройства, детские товары, косметика и парфюмерия и аптечный сегмент; подробное описание крупнейших ритейлеров России в формате бизнес-справки; охват не только ритейлеров, развивающих традиционные форматы торговли но и крупнейших интернет-магазинов; базой исследования является ежедневно обновляемая и пополняемая база более 1000 крупнейших торговых сетей России по разным направлениям торговли.

Методы исследования и источники информации:

- экспертные опросы и интервью с представителями более 200 торговых сетей России. Чтобы принять участие в опросе для формирования рейтинга [INFOLine Retail Russia TOP-100](#), нажмите [ЗДЕСЬ](#);
- анкетирование более 100 крупнейших торговых сетей России, мониторинг и анализ операционных и финансовых показателей более 1000 торговых сетей России;
- материалы ежемесячного обзора ["Состояние потребительского рынка РФ и Рейтинг торговых сетей FMCG РФ"](#) годовую подписку на данный обзор Вы можете запросить [ЗДЕСЬ](#), мониторинг состояния розничной торговли России: динамики инфляционных процессов, показателей розничной торговли и потребительского спроса с использованием данных Росстата, Минэкономразвития, Центробанка и др.
- анализ материалов Форумов, круглых столов, деловых встреч и т.п.;
- мониторинг более 2000 СМИ и выявление ключевых событий на рынке розничной торговли России, которые ИА INFOLine осуществляет с 2002 года в рамках услуги ["Тематические новости: "Розничная торговля РФ"](#). Чтобы **БЕСПЛАТНО** получить пример новостного мониторинга по рынку розничной торговли России, нажмите [ЗДЕСЬ](#).

Исследование ["INFOLine Retail Russia TOP-100. Тенденции 2015. Прогноз до 2018 года"](#) выпускается в трех

вариантах:

- **Стандартная версия**
- **Расширенная версия**
- **Отраслевые версии по отдельным сегментам розничного рынка**

Расширенная версия (электронный вариант) включает две части:

Часть I.

Раздел I. Основные показатели экономики и розничной торговли России

Состояние розничного рынка России, динамика спроса на потребительском рынке и основные макроэкономические показатели розничной торговли.

Раздел II. Региональное развитие экономики и розничной торговли в России

Состояние розничной торговли FMCG и Non-Food; сетевой розничной торговли FMCG и сегментов Non-Food ритейла; доходы населения в регионах 8 ФО России. Сравнительный анализ крупнейших регионов России.

Раздел III. Рейтинг 100 крупнейших ритейлеров России

Ранговый рейтинг TOP-100 (включает компании с выручкой более 12 млрд. руб.), рейтинги количеству магазинов и величине торговых площадей, по чистой выручке и выручке на 1 кв. м торговой площади, финансовым показателям (показатели рентабельности, EBITDA, чистый долг).

Раздел IV. Анализ взаимодействия розничных сетей России с финансовыми рынками

Взаимодействие крупнейших розничных ритейлеров с банковскими структурами, облигационные займы, проведение IPO и SPO, динамика курса акций публичных компаний.

Раздел V. Конъюнктура рынка M&A в ритейле России

Этапы развития рынка M&A по сегментам (FMCG, бытовая и компьютерная техника, DIY, мобильных телефонов, аптек, парфюмерии, косметики и дрoгери, fashion и детских товаров). Анализ процессов консолидации и описание реализованных в 2004-2015 гг. сделок M&A.

Раздел VI. Состояние рынка торговых центров в городах России

Состояние рынка торговых центров России, динамика арендных ставок на рынке торговых центров России, перспективы рынка торговых центров России, показатели насыщенности торговыми площадями и перечень планируемых к вводу крупнейших ТРЦ.

Часть II.

Раздел I. Тенденции развития, прогнозы и рейтинги по сегментам розничной торговли

Динамика и емкость рынка, доли крупнейших игроков, тенденции и перспективы развития, прогнозы по сегментам рынка (FMCG, DIY&Household и мебель, fashion, бытовая и компьютерная техника, мобильные устройства, косметика, парфюмерия и дрoгери, детские товары, аптеки). Также по каждому сегменту представлены Рейтинги сетей: ранговый, по выручке, по выручке на единицу площади, по финансовым показателям, по количеству магазинов, по торговой площади, по численности сотрудников, динамика EBITDA и долговой нагрузки; Региональный анализ и Перспективы развития крупнейших ритейлеров.

Расширенная версия (печатный вариант):

Часть I: разделы I, II, III.

Часть II: раздел I.

Отраслевые версии дополнительно содержат *характеристику развиваемых форматов (в т.ч. интернет-торговлю); распределительных центров; региональную представленность игроков рынка; бизнес-справки по крупнейшим ритейлерам по каждому из анализируемых рынков (FMCG, DIY, Household, мебель, fashion, бытовая и компьютерная техника, мобильные устройства, косметика, парфюмерия и дрoгери, детские товары).*

Информация об агентстве "iNFO Line"

Информационное агентство "iNFO Line" было создано в 1999 году для оказания информационно-консалтинговых услуг коммерческим организациям. Осуществляет на постоянной основе информационную поддержку более 1000 компаний России и мира. Агентство "iNFO Line" ежедневно проводит мониторинг публикации в более 5000 СМИ и ежедневно ведет аналитическую работу по 80 тематикам экономики РФ. Начиная с 2003



информационное агентство information agency



года агентство "iNFO Line" по заказу клиентов и по собственной инициативе проводит различные кабинетные исследования рынков. При подготовке маркетингового исследования специалисты агентства используют уникальное информационное обеспечение и опираются на многолетний опыт работы с различными новостными потоками. Исследования и периодические обзоры ИА iNFO Line используют в работе **крупнейшие ритейлеры** (X5 Retail Group, "Магнит", "О'Кей", Leroy Merlin, OBI, IKEA, Castorama, "М.Видео", "Юлмарт", Gloria Jeans, DNS), **производители** (Procter&Gamble, Coca-Cola, Pepsi, SABMiller, Fazer, Mars), **дистрибуторы** (ГК "Мегаполис", "АТОЛЛ", Microsoft), **финансовые** ("Сбербанк", "ВТБ24", "Альфа-Банк", Home Credit) и **сервисные** компании (Microsoft, ГК "АТОЛ", ГК "Сервис-плюс", Wincor-nixdorf).

Дополнительную информацию Вы можете получить на сайтах www.infoline.spb.ru и www.advis.ru



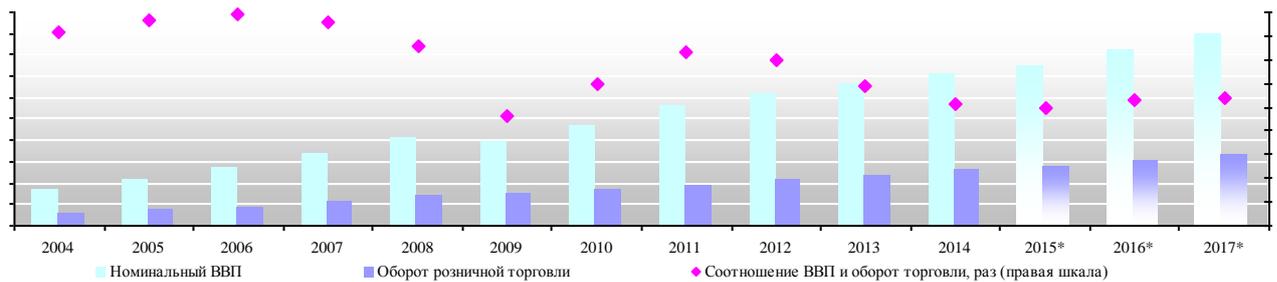
Часть I.

Раздел I. Основные показатели экономики и розничной торговли России

Макроэкономические показатели розничной торговли

<...> В I квартале 2015 года снижение ВВП составило 2,2% и происходило на фоне сокращения потребительского и инвестиционного спроса, эскалации проблемы неплатежей в строительном комплексе и промышленности, а также массовых сокращений, роста безработицы и количества занятых на неполный рабочий день или неделю. Во II квартале 2015 года динамика ВВП ухудшилась в условиях усиления негативных тенденций в промышленности и на рынке труда. Усиление тенденции снижения реальной заработной платы и располагаемых доходов населения обусловило сокращение потребительского спроса и продаж в денежном выражении в большинстве сегментов рынка непродовольственных товаров. При этом по бытовой технике и электронике, одежде и обуви снижение наблюдается в денежном выражении, несмотря на высокие темпы инфляции и подорожание импортных товаров в связи с девальвацией рубля, очередной виток которой наблюдается в июле-августе 2015 года. По прогнозам Минэкономразвития, ВВП России в 2015 году снизится на 3,3% в физическом выражении. Номинальный ВВП и оборот розничной торговли РФ в 2004-2014 гг. и прогноз на 2015-2017 гг. представлены на диаграмме.

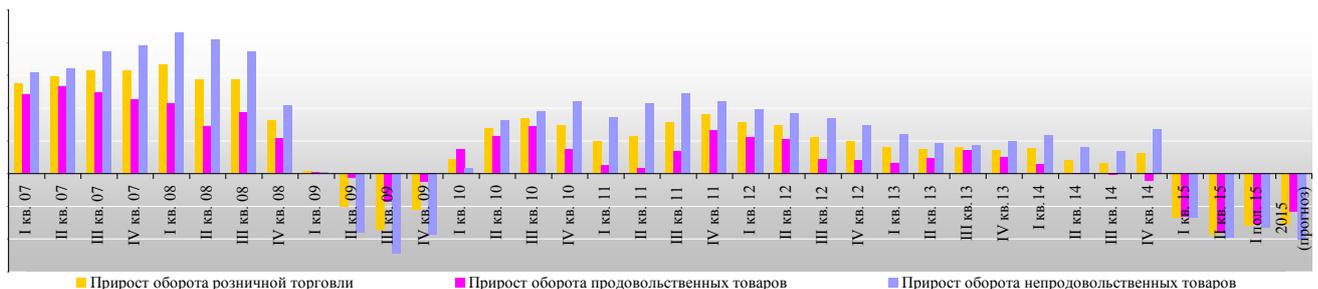
Рисунок 1. Номинальный ВВП и оборот розничной торговли РФ в 2004-2014 гг. и прогноз на 2015-2017 гг., млрд. руб.



Источник: данные ФСГС, ИА INFOline

<...> В I пол. 2015 года оборот розничной торговли составил 12922,5 млрд. руб. и в товарной массе снизился на 8% к I пол. 2014 года (в I пол. 2014 года наблюдался рост на 3%). При этом оборот розничной торговли продовольственными товарами в I пол. 2015 года сократился на 7,7%, а непродовольственными – на 8,3% по сравнению с I пол. 2014 года. Во II кв. 2015 года оборот розничной торговли составил 6620,1 млрд. руб. и в товарной массе снизился на 9,4% к II кв. 2014 года (во II кв. 2014 года наблюдался рост на 2,1%). При этом оборот розничной торговли продовольственными товарами во II кв. 2015 года сократился на 8,9%, а непродовольственными – на 9,9% по сравнению с II кв. 2014 года. Поквартальная динамика оборота розничной торговли в России в 2007 - I пол. 2015 гг. и прогноз Минэкономразвития на 2015 г. представлена на диаграмме.

Рисунок 2. Динамика основных показателей потребительского рынка в 2007- I пол. 2015 гг. в % к соответствующему периоду предыдущего года



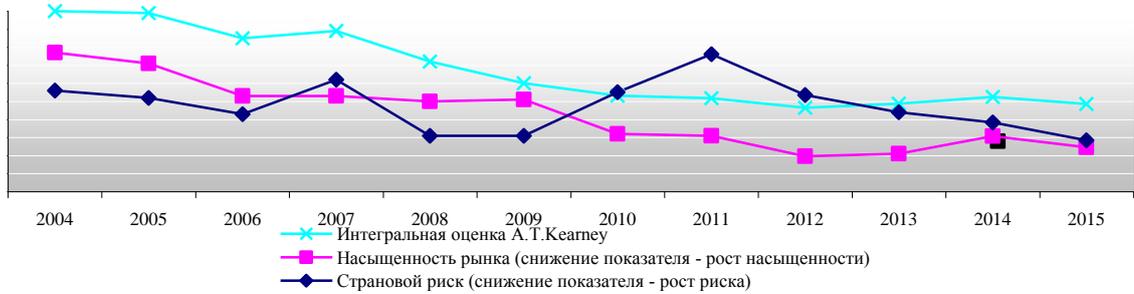
Источник: данные ФСГС

**** Демонстрационная версия. Полный текст не приводится ****

Сравнительный анализ российского розничного рынка и рынков других стран

Согласно Global Retail Development Index (GRDI), публикуемому А.Т. Kearney, Россия в 2004-2009 гг. устойчиво находилась в тройке наиболее привлекательных рынков, однако интегральный показатель постепенно снижался в результате переоценки рисков бизнеса: так, показатель странового риска ухудшился более чем на 30 пунктов – с 62 до 31. <...>

Рисунок 3. Динамика показателей привлекательности розничного рынка России в 2004-2015 гг.



Источник: Исследование А.Т. Kearney

****** Демо-версия. Полный текст не приводится ******

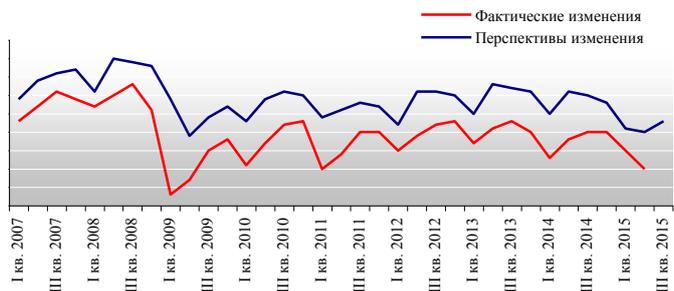
Опережающие индикаторы развития розничной торговли¹

<...> По данным опросов ФСГС, во II кв. 2015 года индекс предпринимательской уверенности составил 2 п.п., увеличившись на 4 п.п. к I кв. 2015 года и сократился на 3 п.п. относительно II кв. 2014 года. Что касается оценки экономической ситуации России в целом, то по данным ФСГС оценка экономической ситуации в России по итогам II кв. 2015 года на 3 п.п. лучше, чем в кризисном I кв. 2009 года, когда фактические изменения оценки экономической ситуации составили -8 п.п. Так, после снижения индекса оценки экономической ситуации в I кв. 2014 года до (-2) п.п., во II кв. 2015 года снизился до (-5) п.п., сократившись на 5 п.п. относительно I кв. 2015 года и на 8 п.п. относительно II кв. 2014 года. Отличительной особенностью 2014 года стало ухудшение делового климата в компаниях, занимающихся продажами продтоваров: индекс предпринимательской уверенности в этой сфере показал падение до 0% в 2014 году со среднегодовых значений 5–7% за последние 5 лет..

Рисунок 4. Индекс предпринимательской уверенности в России 2007-2015 гг.



Рисунок 5. Оценка экономической ситуации в России в 2007-2015 гг.



Источник данных: данные ФСГС

****** Демо-версия. Полный текст не приводится ******

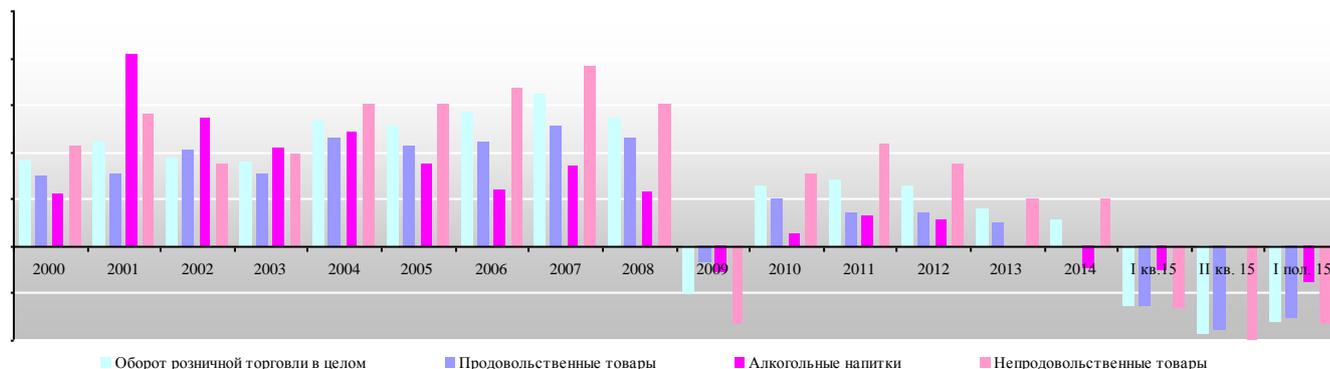
¹ Индекс предпринимательской уверенности в розничной торговле рассчитывается как среднее арифметическое значение балансов оценок уровня складских запасов (с обратным знаком), изменения экономического положения в текущем квартале по сравнению с предыдущим и ожидаемого изменения экономического положения в следующем квартале (в процентах). Сезонная составляющая во временных рядах показателя не исключена. Баланс оценок изменения значения показателей (фактические изменения оборота розничной торговли; фактические изменения средней численности работников; уровень складских запасов, фактические изменения ассортимента товаров; цены реализации; средний сложившийся уровень торговой наценки; фактические изменения инвестирования в расширение деятельности, ремонт и модернизацию; перспективные изменения складских площадей; фактические изменения обеспеченности предприятий розничной торговли собственными финансовыми ресурсами; прибыль предприятий розничной торговли), определяемых как разность долей респондентов, отметивших "улучшение" и "ухудшение" показателя по сравнению с предыдущим кварталом (в процентах). Сезонная составляющая во временных рядах показателей не исключена.



Структура оборота розничной торговли по видам товаров

В июне 2015 года динамика розничного оборота в физическом выражении продемонстрировала снижение на 9,4 п.п. относительно июня 2014 года. При этом произошло сокращение розничного оборота продовольственными товарами на 9,1 п.п., непродовольственными на 9,7 п.п., алкогольной продукции на 4,7 п.п.

Рисунок 6. Динамика оборота розничной торговли в физическом выражении по видам товаров в 2000-2015 гг., %



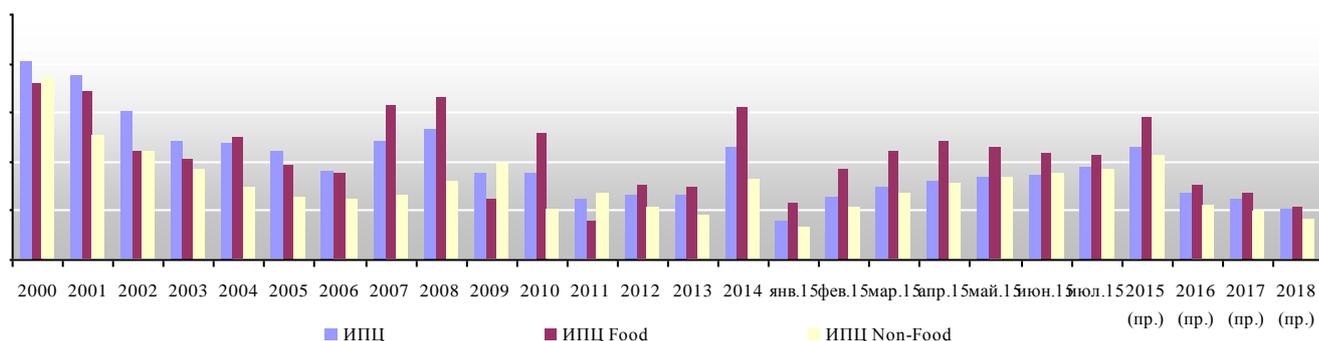
Источник данных: данные ФСГС

**** Демо-версия. Полный текст не приводится ****

Инфляция на рынке продовольственных и непродовольственных товаров

Согласно прогнозу МЭР, который был представлен в августе 2015 г. среднегодовая инфляция в 2015 году в России прогнозируется на уровне 11,4% (ранее 11,9%). Алексей Улюкаев ранее заявил: "Мы ожидаем, что с I квартала 2016 года инфляция вернётся в область однозначных значений и затем продолжит снижаться: в 2016 году – 7%, в 2017 году – до 6%, в 2018 году – до 5% годовых. Это, в свою очередь, позволяет Банку России продолжать политику снижения ключевой ставки, а банкам увеличивать объёмы кредитования в связи с улучшением финансового положения заёмщиков и снижать процентные ставки". В условиях нового витка девальвации рубля в июле-августе 2015 года сформировались предпосылки ускорения инфляции на потребительском рынке. Именно поэтому в августе 2015 года Министерство пересмотрело свой прогноз относительно инфляции: консервативный подход предполагает, что инфляция в 2016 году достигнет 8,8%, а в 2017 году – 7%. По прогнозу опустить ее ниже 6% получится лишь в 2018 году.

Рисунок 7. Индекс потребительских цен на конец периода в 2000-2015 гг., % к декабрю предыдущего года и прогноз до 2018 года



Источник: данные ФСГС

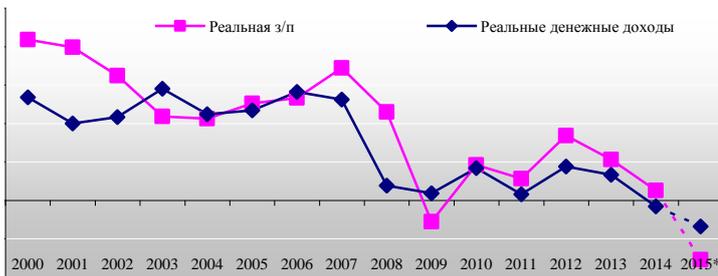
За I пол. 2015 года инфляция составила 8,5% (годом ранее – 4,8%), что стало самым высоким показателем с 2008 года. При этом после ускоренного роста цен в I квартале с марта инфляция замедляется. В июне рост потребительских цен замедлился в 2 раза относительно мая 2015 года и в 3 раза относительно июня 2014 года – до 0,2%. <...>

**** Демо-версия. Полный текст не приводится ****

Доходы и расходы населения

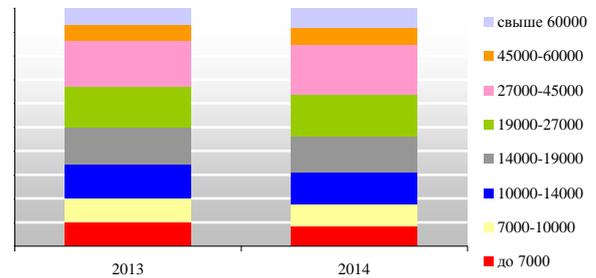
<...> Снижение оборота розничной торговли в 2015 году обусловлено сокращением реальной заработной платы и реальных доходов населения в условиях кризиса в экономике, массовых сокращений в промышленности и банковской сфере, а также превышением объемов погашения потребительских кредитов над их выдачей. Сокращение объемов выдачи новых потребительских кредитов, ограничивает расходы потребителей, которые вынуждены наращивать объемы выплат, связанных с обслуживанием и погашением кредитов. При этом у потребителей ограничены возможности рефинансирования и замещения привлеченных ранее кредитов в связи с ростом процентных ставок и ужесточением требований банков к заёмщикам. В июне 2015 года среднемесячная номинальная начисленная заработная плата сократилась до 35,93 тыс. руб., по сравнению с июнем 2014 года выросла на 7%. Во II кв. 2015 года динамика реальной начисленной заработной платы (-8,1%) и реальных располагаемых денежных доходов (-4,6%) достигла минимальных значений за весь период наблюдений. <...>

Рисунок 8. Динамика реальной зарплаты и реальных доходов населения в 2000-2014 гг. и прогноз на 2015-2018 гг., %



Источник: данные ФСГС

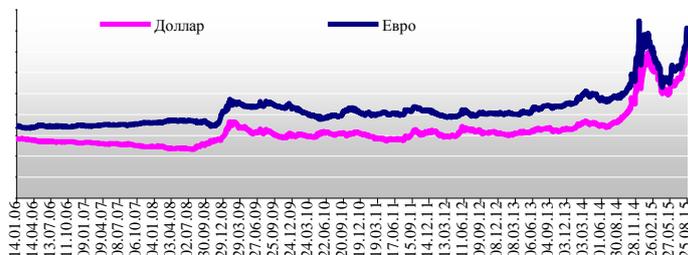
Рисунок 9. Распределение населения по величине среднедушевых доходов в 2013-2014 гг., %



Источник: данные ФСГС

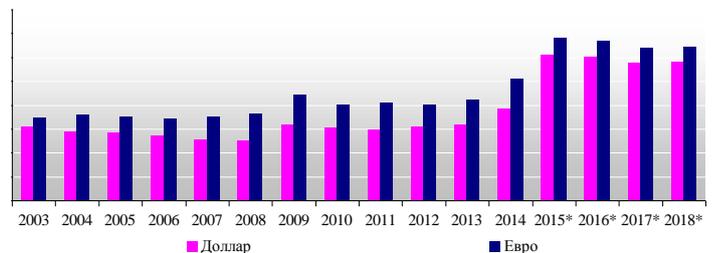
<...> Усугубление кризисных явлений в экономике на фоне девальвации рубля и роста безработицы, снизило потребительскую уверенность населения и обусловило изменение соотношения сбережений и потребления. Уже по итогам 2014 года население сократило объемы средств на депозитах в банках на 400 млрд. руб., а рост депозитов по банковской системе в целом был обусловлен переоценкой валютных депозитов в связи с девальвацией рубля, а также капитализацией процентов. С середины февраля 2015 года в связи с ростом цены на нефть и подъема ее за месяц на уровень выше 55 руб. за баррель курс рубля к доллару и евро укрепился до уровня 51 руб. и 57 руб. (на начало мая 2015 года) соответственно, то есть на 24,6% и 27,2% к 31 декабря 2014 года. Однако с 27 мая 2015 года, после заявлений ЦБ РФ о планах нарастить золотовалютные резервы до 500 млрд. долл., а затем в связи с резким снижением цен на нефть девальвация рубля резко ускорилась и по состоянию на конец августа 2015 года курс доллара и евро составил 66,5 и 75 руб. соответственно.

Рисунок 10. Динамика курса доллара и евро в 2006-2015 гг., руб.



Источник: данные ЦБ РФ

Рисунок 11. Динамика среднегодового курса доллара и евро в 2003-2018 гг., руб.

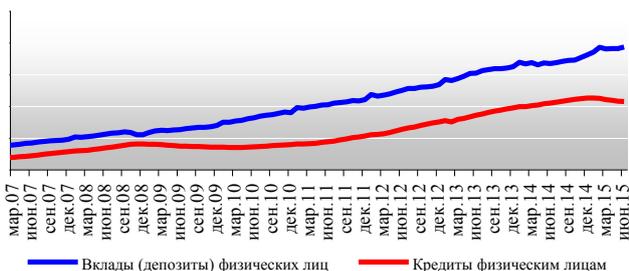


Источник: данные ЦБ РФ, Минэкономразвития, ИА INFOLine

<...> С января 2015 года прослеживается тенденция снижения объемов кредитования физических лиц (за период январь – июнь 2015 года снижение составило более 550 млрд. руб.), при этом объем вкладов физических лиц за рассматриваемый период увеличился более чем на 830 млрд. руб. В 2014 году портфель кредитов населению вырос в 2014 году лишь на 13,8% по сравнению с 28,7% в 2013 году. <...>

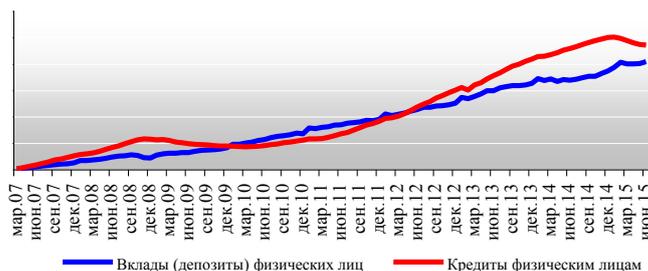


Рисунок 12. Объем вкладов физических лиц и кредитов, выданных физическим лицам в 2007-2015 гг. в рублях и в валюте, млрд. руб.



Источник: данные ЦБ РФ

Рисунок 13. Объем вкладов физических лиц и кредитов, выданных физическим лицам в 2007-2015 гг. в рублях и в валюте, % к янв. 2007 года



Источник: данные ЦБ РФ

**** Демо-версия. Полный текст не приводится ****

В полной версии раздела содержится: динамика и структура РТО, индикаторы развития розничной торговли в России, инфляция на рынке продовольственных и непродовольственных товаров, динамика и структура доходов и расходов населения, состояние банковской системы и динамика кредитов и депозитов населения, потребительские ожидания и уверенность населения и др.

Раздел II. Региональное развитие экономики и розничной торговли России

Региональная структура оборота розничной торговли

<...> Региональная структура оборота розничной торговли России отличается неравномерностью: 50,36% оборота в I пол. 2015 года приходилось на 11 субъектов (Москва, Московская область, Санкт-Петербург, Свердловская область, Краснодарский край, Самарская область, Республики Татарстан и Башкортостан, Тюменская область, Челябинская и Ростовская области).

Рисунок 14. Структура оборота розничной торговли по федеральным округам РФ в I пол. 2014 года, %



Рисунок 15. Структура оборота розничной торговли по федеральным округам РФ в I пол. 2015 года, %

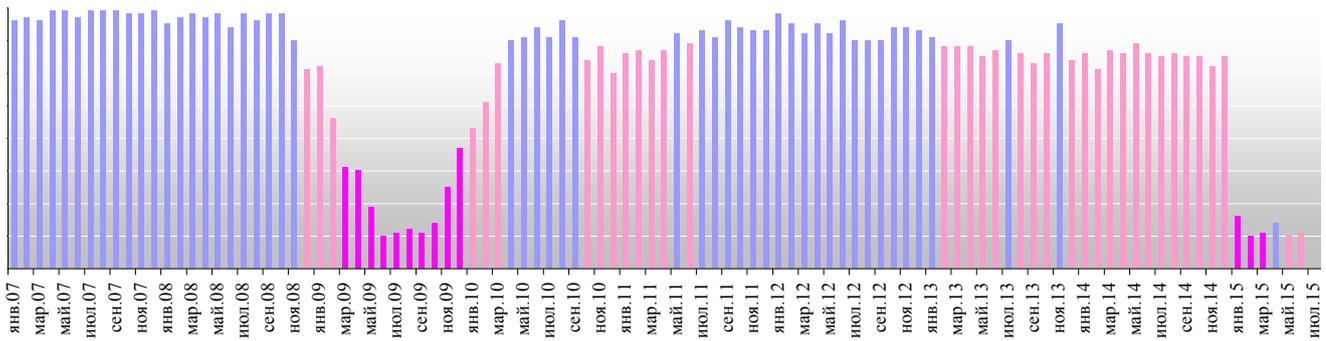


Источник: данные ФСТС

<...> В I пол. 2015 года снижение оборота розничной торговли в физическом выражении по сравнению с I полугодием 2014 года продемонстрировали 75 регионов, что соответствует показателям разгара кризиса 2009 года (июнь-октябрь). По сравнению с показателями 2010-2014 гг., когда снижение демонстрировали 14 (2014 год), 4 (2013 год), 8 (2012 год) субъектов РФ¹, ситуация характеризуется чрезвычайно масштабными негативными явлениями.

¹ При анализе учитывались 80 субъектов РФ (исключая ХМАО, ЯНАО и НАО), существующие по состоянию на 1 июня 2011 года (данные за 2006-2009 гг. пересчитаны с учетом укрупнения).

Рисунок 16. Количество регионов с позитивной динамикой оборота розничной торговли в физическом выражении к аналог. периоду пред. года



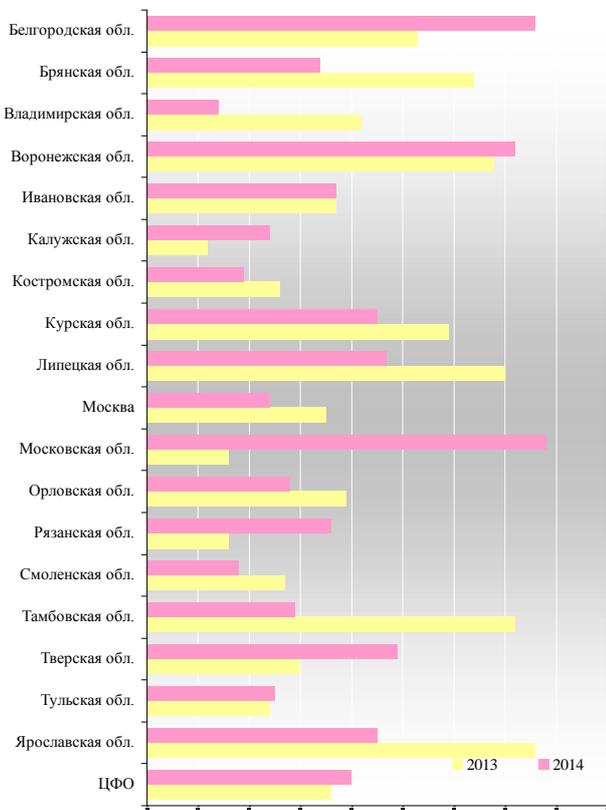
Источник: данные ФСГС

Анализ экономики и розничной торговли России по федеральным округам
Центральный ФО

РТО продовольственными и непродовольственными товарами

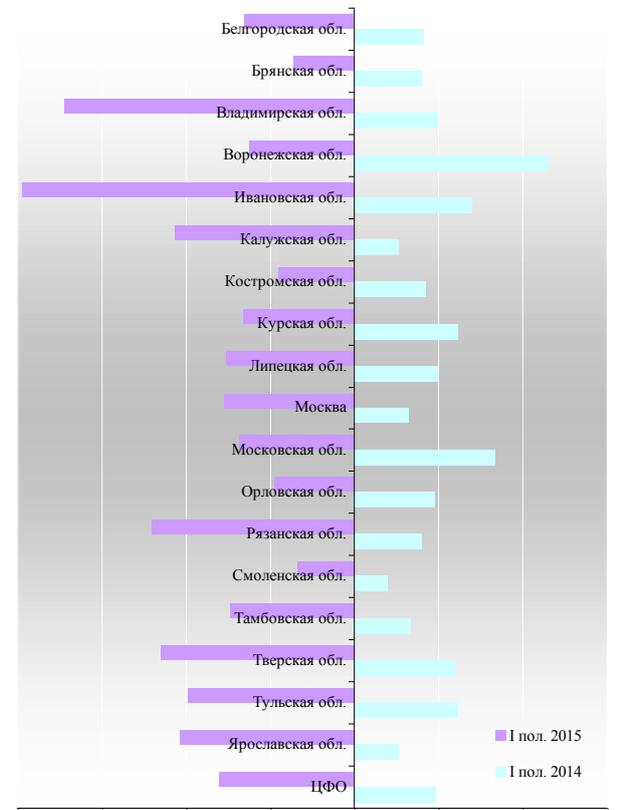
<...> Центральный ФО – единственный федеральный округ, в котором по итогам 2014 года, темпы роста оборота розничной торговли выросли. В 2014 году 10 из 18 регионов Центрального ФО продемонстрировали сокращение темпов роста оборота розничной торговли. Так, сокращение темпов на 4,3 п.п. показала Тамбовская область, на 3,1 п.п. – Ярославская область, на 2,8 п.п. – Владимирская область. При этом темп роста в Московской области в 2014 году составил 7,8%, увеличившись на 6,2 п.п. относительно 1,6% в 2013 году. Динамика оборота розничной торговли в сопоставимых ценах в регионах Центрального ФО в 2013-I пол. 2015 гг. представлена на диаграммах.

Рисунок 17. Динамика РТО в сопоставимых ценах в регионах Центрального ФО в 2013-2014 гг., %



Источник: данные ФСГС

Рисунок 18. Динамика РТО в сопоставимых ценах в регионах Центрального ФО в I пол. 2014-2015 гг., %



Источник: данные ФСГС

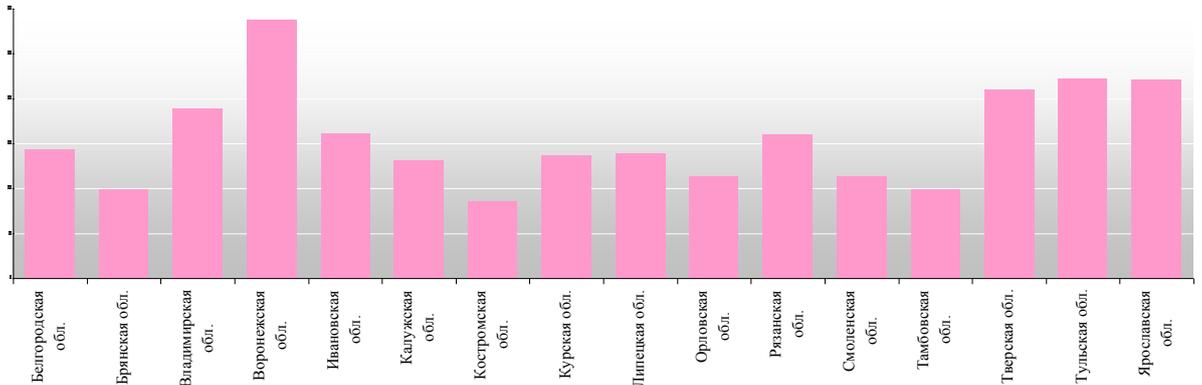
**** Демонстрация. Полный текст не приводится ****



Сетевая розничная торговля

По состоянию на 01.07.2015 г. FMCG торговля достаточно развита в Центральном ФО, наибольший показатель торговой площади продемонстрировали Москва и Московская область (данные по этим регионам представлены ниже). Торговая площадь сетевой розничной торговли крупнейших сетей FMCG по регионам Центрального ФО (без Москвы и Московской области) на 01.07.2015 г. представлена на диаграмме.

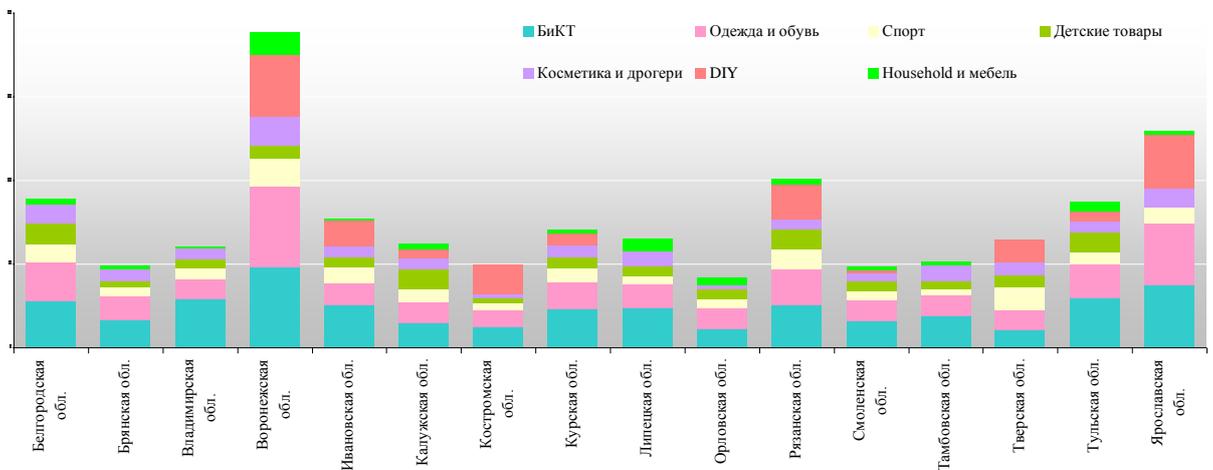
Рисунок 19. Торговая площадь сетевой розничной торговли крупнейших сетей FMCG по регионам Центрального ФО (без Москвы и Московской области) на 01.07.2015 г., тыс. кв. м¹



Источник: данные INFOLine

<...>

Рисунок 20. Торговая площадь сетевой розничной торговли крупнейших сетей Non-Food по регионам Центрального ФО (без Москвы и Московской области) на 01.07.2015 г., тыс. кв. м²



Источник: данные INFOLine

***** Демонстрация. Полный текст не приводится *****

В полной версии раздела представлены: динамика (в денежном выражении и сопоставимых ценах) и структура РТО продовольственными и непродовольственными товарами, РТО продовольственными и непродовольственными товарами на душу населения, торговая площадь сетевой розничной торговли на 1 тыс. чел., доходы населения в регионах 8 ФО России: (Центральный, Северо-Западный, Приволжский, Южный, Северо-Кавказский, Сибирский, Дальневосточный; сравнительный анализ крупнейших регионов России.

¹ Данные представлены по 100 крупнейшим ритейлерам FMCG.

² Данные представлены по более 100 крупнейшим ритейлерам сегментов Non-Food.

Раздел III. Рейтинг 100 крупнейших ритейлеров России

Методология Рейтинга INFOLine Retail Russia TOP-100

Работа по формированию общепромышленного и общепризнанного рейтинга крупнейших ритейлеров России INFOLine Retail Russia TOP-100 ведется круглогодично. При составлении рейтинга 100 крупнейших розничных сетей специалисты ИА INFOLine в 2014–2015 гг. проанализировали показатели более 1000 торговых сетей, относящихся ко всем сегментам розничной торговли кроме продаж автомобилей, запчастей и моторного топлива. Основным параметром ранжирования компаний в INFOLine Retail Russia TOP-100 является выраженная в рублях чистая розничная выручка от продажи товаров собственных магазинов на территории России без учета НДС. Магазины розничных сетей, расположенные за территорией РФ в Рейтинге не учитываются, однако в бизнес-справках по компаниям информация о количестве магазинов ритейлера в других странах представлена. В Рейтинге представлены компании, развивающие розничную торговлю через online канал (за исключением интернет-магазинов aliexpress.com и ebay.com, являющихся интернет-площадкой для множества различных продавцов), выручка интернет-магазинов ритейлеров учитывается при определении общих объемов продаж сети.

В чистую розничную выручку включается реализация франчайзером товаров в магазины, работающие по схеме обратного франчайзинга, при этом выручка магазинов-франчайзи не учитывается. При этом в ранжируемой выручке не учитываются продажи услуг, то есть по сетям мобильных устройств, например, не учитывается прием платежей, продажа сим-карт, оказание финансовых услуг и т. д.

Несколько компаний в Рейтинге представлены со статусом "Без места": объединение сетей FMCG, развивающих в России по франчайзингу бренд SPAR; сети DIY "СТД Петрович" (бренды: "СТД Петрович" и "Уровень"), ЗАО "Сатурн" (бренд: "СатурнСтройМаркет") и ГК "Строительный Двор" (бренды: "Строительный Двор", "Теплоотдача" и "Половик"), у которых в общей выручке большая доля приходится на корпоративных и мелкооптовых клиентов; а также "Почта России", у которой реализация товаров населению является не основным видом деятельности и занимает всего 11% от общего объема реализации.

С точки зрения учета в рейтинге компаний, участвовавших в сделках M&A, ИА INFOLine придерживается следующего подхода: если слияние произошло в 2014 году, то компании отражены в Рейтинге совместно с выручкой по форме (суммирование выручки двух отдельных компаний), а если сделка произошла в 2015 году, то компании в Рейтинге отражены на отдельных позициях.

В Рейтинге INFOLine Retail Russia TOP-100 торговые сети сгруппированы по следующим признакам:

- по месту возникновения бизнеса сети подразделяются на международные и отечественные;
- по региональной представленности на территории России сети подразделяются на местные (магазины ритейлера представлены только в одном регионе), межрегиональные (магазины ритейлера представлены в нескольких регионах в рамках одного федерального округа) и федеральные (магазины ритейлера представлены в двух и более федеральных округах и не в менее чем в 6 регионах);
- по ассортименту сети сгруппированы в 11 групп: FMCG, аптеки, бытовая и компьютерная техника, детские товары, косметика и дрогери, мебель, мобильные устройства, одежда и обувь, спортивные товары, строительные материалы и товары для дома и смешанный ассортимент;
- по степени развития online торговли компании подразделяются на offline сети (не развивают формат интернет-торговли), online сети (большая часть выручки получена через интернет-торговлю) и сети, включающие offline магазины и развивающие интернет-торговлю (интегрированные продажи – omni-channel).

Компании в Рейтинге ранжируются по показателю чистой выручки в 2014 году, для которой указана информация об источнике данных: МСФО – аудированная выручка по международным стандартам финансовой отчетности, УО – выручка по данным управленческой отчетности, РСБУ – выручка по российским стандартам бухгалтерской отчетности, Оценка INFOLine – оценка выручки ритейлеров в рамках уникальной собственной методики оценки на основании комплекса критериев.

¹ Исключение составляет ситуация, когда магазины торговой сети представлены в Москве (с областью) и Санкт-Петербурге (с областью), сеть считается межрегиональной, несмотря на то что данные регионы относятся к разным федеральным округам.

Структура рейтинга INFOLine Retail Russia

<...> Совокупная выручка 100 крупнейших ритейлеров России в 2014 году превысила 5,5 трлн. руб. (28,8% оборота розничной торговли без учета торговли автомобилями и топливом, или на 1,6 п. п больше чем в 2013 году), увеличившись на 19,6%, причем выручка десяти крупнейших ритейлеров составила 2,9 трлн. руб. Сравнительный анализ параметров рейтинга INFOLine Retail Russia TOP-100 в 2010-2014 гг. представлен в таблице.

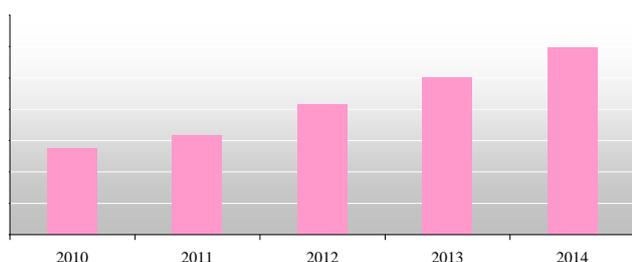
Таблица 1. Сравнительный анализ параметров рейтинга INFOLine Retail Russia TOP-100 в 2010-2014 гг.

Показатель	2010	2011	2012	2013	2014
Оборот розничной торговли, млрд. руб. с учетом НДС	16499	19083	21394	23668	26356
Чистая совокупная розничная выручка TOP-100, млрд. руб. без НДС	2620,4	3218,0	3953,4	4657,5	5571,1
Чистая совокупная розничная выручка TOP-10, млрд. руб. без НДС	1242,0	1636,9	1997,6	2390,6	2901,6
Доля TOP-10 в общей выручке TOP-100, %	47,4%	50,9%	50,5%	51,3%	52,1%
Чистая выручка крупнейшей сети, млрд. руб. без НДС	342	453	490	580	763
Порог чистой выручки для попадания в TOP-100, млрд. руб. без НДС	5,5	6,3	8,3	10,2	11,9
Доля TOP-100 на рынке розничной торговли в России, %	20,5	21,9	24,4	27,2	28,8
Совокупная торговая площадь TOP-100 крупнейших сетей, тыс. кв. м.	12445,9	14727,9	17393,1	19799,3	22313,3
Совокупная торговая площадь TOP-10 крупнейших сетей, тыс. кв. м.	5402,9	6464,1	7866,7	9279,7	10851,5
Доля TOP-10 в общей торговой площади TOP-100, %	43,4%	43,9%	45,2%	46,9%	48,6%
Общее количество магазинов TOP-100 крупнейших сетей, тыс. кв. м.	31543	36700	44569	50486	58440

Источник: данные и расчеты ИА INFOLine

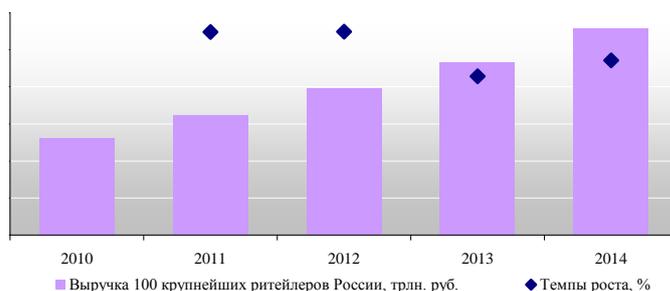
**** Демо-версия. Полный текст не приводится ****

Рисунок 21. Динамика порога чистой выручки для попадания в TOP-100 крупнейших ритейлеров России в 2010-2014 гг., млрд. руб.



Источник: данные ИА INFOLine

Рисунок 22. Динамика чистой выручки 100 крупнейших ритейлеров России в 2010-2014 гг., трлн. руб.



Источник: данные ИА INFOLine

<...> В 2014 году в рейтинг INFOLine Retail Russia TOP-100 вошли 9 новых торговых сетей, в том числе 3 торговые сети FMCG, 3 торговые сети из сегмента fashion и по одной сети детских товаров, мобильных устройств и аптек. <...>

Таблица 2. Динамика количества участников рейтинга по сегментам в 2010-2014 гг.

Сегмент	Количество сетей в сегменте					Динамика сетей			
	2010	2011	2012	2013	2014	2012	2013	2014	
DIY&Household и мебель	8	10	10	10	8	↑+2	→	↓-2	
Fashion	13	13	14	15	17	→	↑+1	↑+2	
FMCG	49	46	45	42	44	↓-3	↓-1	↑+2	
Аптеки	6	6	5	6	6	→	↓-1	→	
Бытовая и компьютерная техника	14	13	13	14	11	↓-1	↑+1	↓-3	
Детские товары	2	2	3	3	4	→	→	↑+1	
Книги, канцелярские товары	1	0	0	0	0	↓-1	→	→	
Косметика и дрогери	4	4	4	4	3	→	→	↓-1	
Мобильные устройства	3	5	5	5	6	↑+2	→	↑+1	
Смешанный ассортимент	0	1	1	1	1	↑+1	→	→	
В целом по TOP-100	100	100	100	100	100	-	-	-	

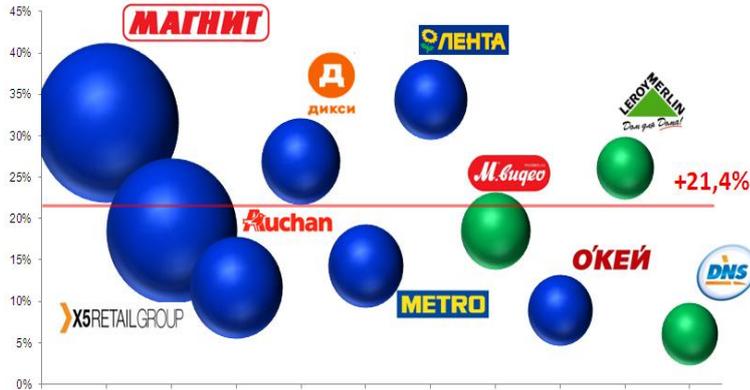
Источник: данные и расчеты ИА INFOLine

**** Демо-версия. Полный текст не приводится ****

Шесть из десяти крупнейших торговых сетей России работают в сегменте FMCG, причем крупнейшая сеть сегмента Non-Food "М.Видео", даже увеличив выручку на 18,6%, по итогам 2014 года переместилась с 6 на 7 место. Ее опередила сеть FMCG "Лента", которая провела IPO и стала лидером по темпам роста в TOP-10 (рост на 34,5%). Крупнейшая в России сеть DIY Leroy Merlin в 2014 году поднялась

на девятое место, увеличив выручку на 26%, улучшив позиции в Рейтинге на 4 места. Замкнула TOP-10 ритейлеров сеть компьютерной и бытовой техники DNS, обогнавшая по итогам года лидера на рынке продаж мобильных устройств компанию "Евросеть".

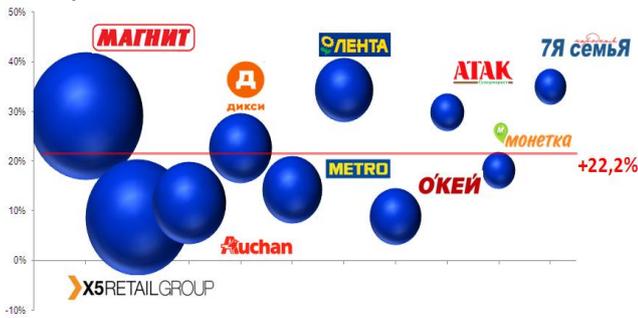
Рисунок 23. ТОП-10 крупнейших ритейлеров России по итогам 2014 года¹



Источник: INFOLine Retail Russia TOP-100

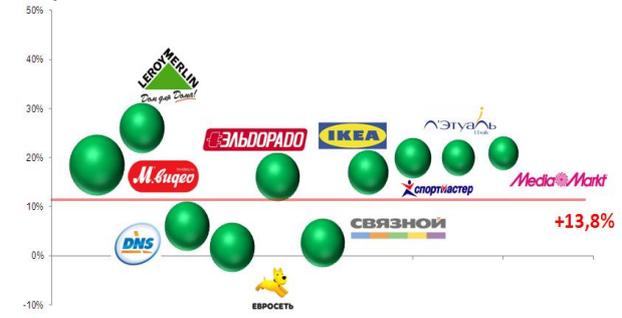
В 2014 году ТОП-10 крупнейших ритейлеров увеличили чистую выручку на 21,4%, причем крупнейшие сети FMCG росли быстрее, чем Non-Food (22,2% и 13,8% соответственно).

Рисунок 24. ТОП-10 сетей FMCG России в 2014 г.²



Источник: INFOLine Retail Russia TOP-100

Рисунок 25. ТОП-10 сетей Non-Food России в 2014 г.³



Источник: INFOLine Retail Russia TOP-100

Ранговый рейтинг TOP-100 крупнейших ритейлеров России

Таблица 3. Ранговый рейтинг 100 крупнейших ритейлеров в 2013-2014 гг.

Группа компаний	Основное операционное юридическое лицо	Бренд	Сегмент ⁴	Основные форматы ⁵	Тип сети ⁶	Год основания сети в России	Место в рейтинге		Динамика мест
							2014	2013	
Магнит, ПАО	Тандер, ЗАО	Магнит, Гипермаркет Магнит, Семейный, Магнит-косметик	FMCG	Г, С, М, Д	О	1993	1	1	→
X5 Retail Group	ТД Перекресток, ЗАО и др.	Карусель, Пятерочка, Перекресток, Перекресток-Экспресс, Перекресток Гипер	FMCG	Г, С, М, Д	О	1994	2	2	→
Auchan Groupe	Ашан, ООО	Ашан, Ашан-Сити, Наша Радуга	FMCG	Г	О	1995	3	3	→
ДИКСИ, ГК	ДИКСИ Юг, АО	Мегамарт, Минимарт, Дикси, Виктория, Квартал, Дешево, Кэш	FMCG	Г, С, М, Д	М	2002	4	5	↑+1

¹ Размер шарика соответствует выручке за 2014 год (без НДС), по оси ординат – темп роста выручки в 2014 году, 22,1% -средний темп роста выручки по ТОП-10 крупнейшим ритейлерам в 2014 г. Синим цветом выделены сети FMCG, а зеленым цветом – сети Non-Food.

² Размер шарика – выручка за 2014 год, ось ординат – темп роста выручки в 2014 году, 22,2% – средний темп ТОП-10 сетей FMCG в 2014 г.

³ Размер шарика – выручка за 2014 год, ось ординат – темп роста выручки в 2014 году, 13,8% -средний темп ТОП-10 сетей Non-Food в 2014 г.

⁴ БиКТ – бытовая и компьютерная техника, МУ – мобильные устройства, КиД – косметика и дрoгери, ДТ – детские товары, DIY&HH и мебель – DIY&Household и мебель, А – аптеки, СА – смешанный ассортимент.

⁵ Гипермаркет – Г, Супермаркет – С, Магазин – М, Интернет-магазин – ИМ.

⁶ О – отечественная, М – международная.



Группа компаний	Основное операционное	Бренд	Сегмент ⁴	Основные форматы ⁵	Тип сети ⁶	Год основани	Место в рейтинге	Динамика
Метро Group	МЕТРО Кэш энд Керри, ООО	МЕТРО, METRO Punct, real,-	FMCG	Г, С, И-М	О	1995	5	4 ↓-1
Лента, ООО	Лента, ООО	Лента	FMCG	Г, С	М	2000	6	7 ↑+1
Компания "М.видео", ПАО	М.видео Менеджмент, ООО	М.видео	БиКТ	Г, С, И-М	О	1993	7	6 ↓-1
О'КЕЙ, ГК	О'КЕЙ, ООО	О'КЕЙ, О'КЕЙ-Экспресс	FMCG	Г, С, И-М	О	1993	8	8 →
Adeo Groupe	Леруа Мерлен Восток, ООО	Leroy Merlin	DIY&НН и мебель	Г, И-М	О	2002	9	13 ↑+4
ДНС, ГК	Компьютерный центр ДНС, ООО и др.	DNS, Фрау Техника	БиКТ	Г, С, М, И-М	М	2004	10	10 →
***	***	***	***	***	***	***	***	***

Источник: данные и расчеты ИА INFOLine

**** Демо-версия. Полная версия содержит рейтинг TOP-100 крупнейших ритейлеров****

Рейтинг TOP-100 ритейлеров по выручке

Таблица 4. Рейтинг 100 крупнейших ритейлеров по выручке в 2012-2014 гг.

№	Группа компаний	Основное операционное юридическое лицо	Бренд	Сегмент	Основные Данные по форматам	Выручка, млрд. руб.	Динамика, %				
							2012	2013	2014	2013/2012	2014/2013
1	Магнит, ПАО	Тандер, ЗАО	Магнит, Гипермаркет Магнит, Магнит Семейный, Магнит-косметик	FMCG	Г, С, М, Д (розничная)	МСФО	448,49	579,53	762,72	29,2%	31,6%
2	X5 Retail Group	ТД Перекресток, ЗАО и др.	Карусель, Пятерочка, Перекресток-Экспресс, Перекресток Гипер	FMCG	Г, С, М, Д (розничная)	МСФО	490,00	532,69	631,93	8,7%	18,6%
3	Auchan Groupe	Ашан, ООО	Ашан, Ашан-Сити, Наша Радуга	FMCG	Г	РСБУ	232,60	281,71	314,78	21,1%	11,7%
4	ДИКСИ, ГК	ДИКСИ Юг, АО	Мегамарт, Минимарт, Дикси, Виктория, Квартал, Дешево, Кэш	FMCG	Г, С, М, Д (розничная)	МСФО	145,70	178,88	227,14	22,8%	27,0%
5	Метро Group	МЕТРО Кэш энд Керри, ООО	МЕТРО, METRO Punct, real,-	FMCG	Г, С, И-М	РСБУ	164,63	183,22	209,46	11,3%	14,3%
6	Лента, ООО	Лента, ООО	Лента	FMCG	Г, С	МСФО (общая выручка)	109,90	144,27	193,99	31,3%	34,5%
7	Компания "М.видео", ПАО	М.видео Менеджмент, ООО	М.видео	БиКТ	Г, С, И-М	МСФО	133,59	148,35	175,91	11,0%	18,6%
8	О'КЕЙ, ГК	О'КЕЙ, ООО	О'КЕЙ, О'КЕЙ-Экспресс	FMCG	Г, С, И-М	МСФО (общая выручка)	117,33	139,46	151,98	18,9%	9,0%
9	Adeo Groupe	Леруа Мерлен Восток, ООО	Leroy Merlin	DIY&НН и мебель	Г, И-М	Оценка	70,67	94,00	118,60	33,0%	26,2%
10	ДНС, ГК	Компьютерный центр ДНС, ООО и др.	DNS, Фрау Техника	БиКТ	Г, С, М, И-М	УО	84,69	108,48	115,10	28,1%	6,1%
***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***

Источник: данные и расчеты ИА INFOLine

**** Демо-версия. Полная версия содержит рейтинг TOP-100 крупнейших ритейлеров****

Рейтинг крупнейших розничных групп по выручке

<...> Среди участников рейтинга INFOLine Retail Russia TOP-100 выделяются розничные группы, под которыми специалисты ИА INFOLine подразумевают группы, развивающие сети из разных сегментов торговли. В данный рейтинг не попадают интернет-магазины, имеющие многоотраслевой ассортимент. Рейтинг крупнейших розничных групп по выручке в 2012-2014 гг. представлен в таблице.

Таблица 5. Рейтинг крупнейших розничных групп по выручке в 2012-2014 гг.

Розничная группа	Сегмент	Основное операционное юридическое лицо	Бренд	Выручка, млрд. руб.			Динамика, %	
				2012	2013	2014	2013/2012	2014/2013
ПАО Магнит				***	***	***	***	***
	FMCG	Тандер, ЗАО	Магнит, Гипермаркет Магнит, Магнит Семейный	448,5	579,5	762,7	29,2%	31,6%
	Кид		Магнит-Косметик	***	***	***	***	***
X5 Retail Group				***	***	***	***	***
	FMCG	ТД Перекресток, ЗАО и др.	Карусель, Пятерочка, Перекресток, Перекресток-Экспресс, Перекресток Гипер	490,0	532,7	631,9	8,7%	18,6%
	online		e5.ru					
	Fashion		next, la SENZA, Victoria's Secret					
	ДТ		Mothercare					
	Кид	The Body Shop, М•А•С, Jo Malone, Bath&Body Works						
***	***	***	***	***	***	***	***	***

Источник: данные и расчеты ИА INFOLine

Рейтинг 100 крупнейших ритейлеров по количеству магазинов

Таблица 6. Рейтинг 100 крупнейших ритейлеров по количеству собственных магазинов на территории России в 2012-I пол. 2015 гг.

№	Группа компаний	Основное операционное юридическое лицо	Бренд	Сегмент	Основные форматы	Количество магазинов на конец периода				Франчайзинг ¹
						2012	2013	2014	I пол. 2015	
1	Магнит, ПАО	Тандер, ЗАО	Магнит, Гипермаркет Магнит, Магнит Семейный, Магнит-косметик	FMCG	Г, С, М, Д	6884	8093	9711	10728	нет
2	X5 Retail Group	ТД Перекресток, ЗАО и др.	Карусель, Пятерочка, Перекресток, Перекресток-Экспресс, Перекресток Гипер	FMCG	Г, С, М, Д	3802	4544	5483	5971	39 (Перекресток-Экспресс), 32 (Копейка)/6042
3	Auchan Groupe	Ашан, ООО	Ашан, Ашан-Сити, Наша Радуга	FMCG	Г	56	78	84	88	нет
4	ДИКСИ, ГК	ДИКСИ Юг, АО	Мегамарт, Минимарт, Дикси, Виктория, Квартал, Дешево, Кэш	FMCG	Г, С, М, Д	1499	1799	2195	2466	нет
5	Metro Group	МЕТРО Кэш энд Керри, ООО	МЕТРО, МЕТРО Punct, real,-	FMCG	Г, С, И-М	68	73	80	82	нет
6	Лента, ООО	Лента, ООО	Лента	FMCG	Г, С	56	87	132	143	нет
7	Компания "М.видео", ПАО	М.видео Менеджмент, ООО	М.видео	БиКТ	Г, С, И-М	296	333	368	364	нет
8	О'КЕЙ, ГК	О'КЕЙ, ООО	О'КЕЙ, О'КЕЙ-Экспресс	FMCG	Г, С, И-М	83	94	108	113	нет
9	Adeo Groupe	Леруа Мерлен Восток, ООО	Leroy Merlin	DIY&House hold и мебель	Г, И-М	22	28	34	36	нет
10	ДНС, ГК	Компьютерный центр ДНС, ООО и др.	DNS, Фрау Техника	БиКТ	Г, С, М, И-М	521	715	941	1197	нет
***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***

Источник: данные и расчеты ИА INFOLine

****** Демо-версия. Полная версия содержит рейтинг TOP-100 крупнейших ритейлеров ******

¹ Представлена информация по франчайзинговым магазинам сети на 01.01.01.2014 г. Над чертой указывается количество франчайзинговых магазинов, под чертой – общее количество магазинов.



Рейтинг 100 крупнейших ритейлеров по величине торговых площадей

Таблица 7. Рейтинг 100 крупнейших ритейлеров по величине торговых площадей собственных магазинов на территории России в 2012-I пол. 2015 гг.

№	Группа компаний	Основное операционное юридическое лицо	Бренд	Сегмент ¹	Основные форматы ²	Общая торговая площадь на конец периода, тыс. кв. м				Динамика, %		
						2012	2013	2014	I пол. 2015	2013/2012	2014/2013	I пол. 2015/2014
1	Магнит, ПАО	Тандер, ЗАО	Магнит, Гипермаркет Магнит, Магнит Семейный, Магнит-косметик	FMCG	Г, С, М, Д	2549,3	3011,4	3590,6	3928,0	18,1%	19,2%	9,4%
2	X5 Retail Group	ТД Перекресток, ЗАО и др.	Карусель, Пятерочка, Перекресток, Перекресток-Экспресс, Перекресток Гипер	FMCG	Г, С, М, Д	1969,7	2222,9	2572,2	2843,7	12,9%	15,7%	10,6%
3	Auchan Groupe	Ашан, ООО	Ашан, Ашан-Сити, Наша Радуга	FMCG	Г	565,4	731,3	779,9	809,9	29,3%	6,6%	3,8%
4	ДИКСИ, ГК	ДИКСИ Юг, АО	Мегамарт, Минимарт, Дикси, Виктория, Квартал, Дешево, Кэш	FMCG	Г, С, М, Д	514,9	617,2	746,5	827,2	19,9%	21,0%	10,8%
5	Metro Group	МЕТРО Кэш энд Керри, ООО	METRO, METRO Punct, real,-	FMCG	Г, С, И-М	538,1	574,9	619,2	630,9	6,8%	7,7%	1,9%
6	Лента, ООО	Лента, ООО	Лента	FMCG	Г, С	375,8	507,8	703,9	754,2	35,1%	38,6%	7,1%
7	Компания "М.видео", ПАО	М.видео Менеджмент, ООО	М.видео	БиКТ	Г, С, И-М	537,0	582,5	630,5	625,0	8,5%	8,2%	-0,9%
8	О'КЕЙ, ГК	О'КЕЙ, ООО	О'КЕЙ, О'КЕЙ-Экспресс	FMCG	Г, С, И-М	429,4	488,4	551,6	567,6	13,7%	12,9%	2,9%
9	Adeo Groupe	Леруа Мерлен Восток, ООО	Leroy Merlin	DIY&Household и мебель	Г, И-М	228,8	290,3	351,3	371,8	26,9%	21,0%	5,8%
10	ДНС, ГК	Компьютерный центр ДНС, ООО и др.	DNS, Фрай Техника	БиКТ	Г, С, М, И-М	158,2	253,0	305,7	390,9	59,9%	20,8%	27,9%
***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***

Источник: данные и расчеты ИА INFOLine

**** Демо-версия. Полная версия содержит рейтинг TOP-100 крупнейших ритейлеров****

В полной версии раздела содержатся рейтинги 100 крупнейших ритейлеров по выручке с квадратного метра площади, по финансовой эффективности (рентабельность по валовой и чистой прибыли, динамика EBITDA и долговой нагрузки)

Раздел IV. Анализ взаимодействия розничных сетей России с финансовыми рынками

<...> Среди факторов, оказывающих негативное влияние на российский рынок облигаций в 2014 году и в I пол. 2015 года, следует выделить резкое ослабление рубля в сочетании с возросшими геополитическими рисками и экономическими санкциями. Результатом негативного внешнего фона стали рост процентных ставок и меньшее количество размещенных облигационных займов. Многие компании приняли решение о переносе своих облигационных займов, которые размещались для финансирования инвестиционных программ компаний, на более поздний период в зависимости от макроэкономической ситуации.

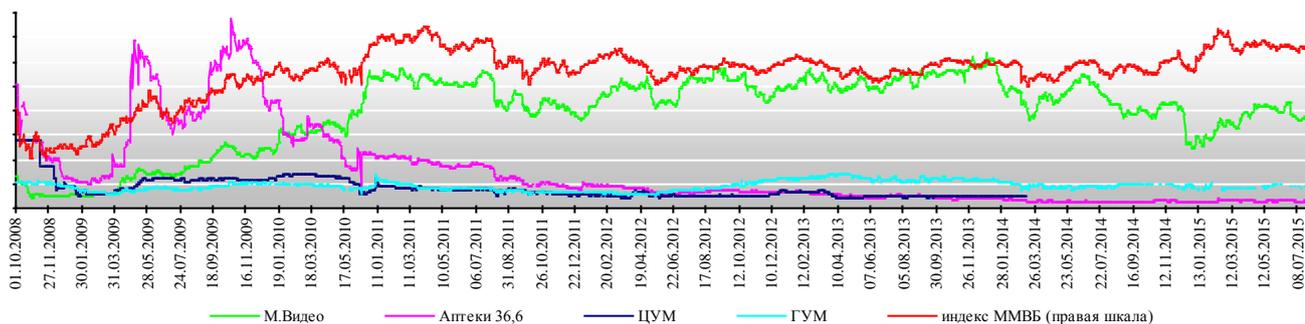
<...> Первое на рынке non-food ритейла IPO провела "Аптечная сеть 36,6". В январе 2003 г. компания разместила на российских биржах ММВБ и РТС 20% уставного капитала по цене 14 млн. долл. Стоимость одной акции по итогам размещения составила 303 руб. Максимальная стоимость акции наблюдалась в июне

¹ БиКТ – бытовая и компьютерная техника, МУ – мобильные устройства, КиД – косметика и дрoгери, ДТ – детские товары, DIY&HH – DIY&Household, ОнО – одежда и обувь, С – спорт, М – мебель, А – аптеки, СА – смешанный ассортимент.

² Гипермаркет – Г, Супермаркет – С, Магазин – М, Салон – Сн, Стройбаза – Сб, Интернет-магазин – И-М, Каталог – К.

2007 года – на уровне 2500 руб. Доля размещенных ценных бумаг составила 100%, из них в рамках преимущественного права 72%. Общий объем размещения составил 85,5 млн. акций. Общий объем привлеченных денежных средств составил 2 334,15 млн. руб. <...>

Рисунок 26. Динамика курсов акций крупнейших публичных Non-Food ритейлеров России в окт.2008 – июл.2015 гг.



Источник: данные ИА "INFOline"

<...> Онлайн-ритейлер "Юлмарт" ведет переговоры с фондами о частном размещении около 15% акций в 2015 г. и планирует привлечь от 150 млн. долл. "Юлмарт" планирует также продать 15-20% новых акций в ходе первичного публичного размещения в Лондоне и Москве в марте-апреле 2016 г. <...>

****** Демо-версия. Полный текст не приводится ******

Таблица 8. Банкротства крупнейших российских Non-Food ритейлеров в 2009-2015 гг.

Год	Компания, бренд	Сегмент	Описание процедуры банкротства
2009	Арбат Престиж, ОАО ("Арбат Престиж")	Косметика и парфюмерия	В феврале 2009 года ОАО "Арбат Престиж" (головная компания холдинга) подало в арбитражный суд Москвы заявление о банкротстве своей операционной компании - ООО "Арбат энд Ко". На момент подачи заявления о банкротстве у "Арбат энд Ко" оказалась сосредоточена основная часть долгов холдинга "Арбат Престиж" – свыше 5,3 млрд. руб. Среди крупнейших кредиторов – "Номос-банк" (27,55 млн. долл.) и "Сбербанк" (около 536,8 млн. руб.). А основным кредитором "Арбат энд Ко" на сумму свыше 1,6 млрд. руб. выступало ООО "Капитал Истейт", входящее в холдинг "Арбат Престиж". В декабре 2009 года Арбитражный суд Москвы рассмотрел заявление ОАО "Арбат Престиж", головной компании холдинга, о признании себя банкротом. Кредиторская задолженность компании составляла 2,628 млрд. руб., в том числе 1,036 млрд. руб. – долг по договорам поручительства и 53,5 млн. руб. – налоги и сборы. Суд признал заявление обоснованным и ввел в компании процедуру наблюдения. 28 октября 2010 года Арбитражный суд Москвы признал банкротом ООО "Капитал Истейт" - дочернюю компанию "Арбат Престижа", занимавшуюся управлением недвижимостью. Основные операционные компании - ООО "Арбат энд Ко" и ОАО "Арбат Престиж" были признаны банкротами.
2015	Батис, ООО ("Телемакс")	Бытовая и компьютерная техника	В феврале 2015 года межрегиональная сеть "Телемакс" закрыла все действующие магазины и ушла с рынка. Представители сети уход с рынка не комментируют, но эксперты уверены, что основными причинами являются желание владельцев выйти из бизнеса, негативная макроэкономическая конъюнктура и проигрыш в конкурентной борьбе с online ритейлерами.

Источник: ИА INFOline

****** Демо-версия. Полный текст не приводится ******

В полной версии раздела содержится анализ размещения облигационных займов, IPO и SPO, банкротства ритейлеров.

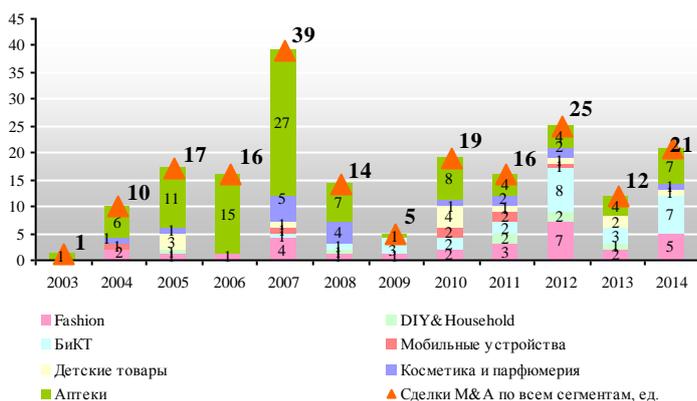
Раздел V. Конъюнктура рынка M&A в ритейле России

<...> Россия остается высокорискованным и в то же время очень перспективным рынком для инвестиций в розничную торговлю. <...>

В мае 2014 года сеть DNS купила петербургскую сеть "Компьютерный мир". В сделку вошли переуступка прав аренды на 19 магазинов в Санкт-Петербурге, два в Колпино и еще 11 в других городах Северо-Западного федерального округа. Таким образом, приобретение "Компьютерного мира" позволило DNS в два раза увеличить количество торговых точек в регионе – до 62 объектов. Аналитики оценивают сумму сделки в 1,5 – 2 млрд. руб. Закрывать какие-либо из приобретенных объектов и открывать органически новые точки в Санкт-Петербурге компания не собирается. <...> Динамика объема и количества сделок M&A в Non-Food ритейле в 2004-2014 гг. представлена на диаграмме.

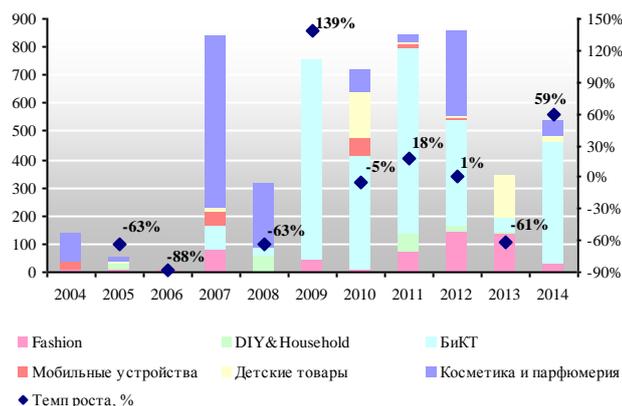


Рисунок 27. Динамика количества сделок M&A в Non-Food ритейле России в 2003-2014 гг.



Источник: данные ИА INFOLine

Рисунок 28. Динамика объема сделок M&A в Non-Food ритейле¹ России в 2004-2014 гг.



Источник: данные ИА INFOLine

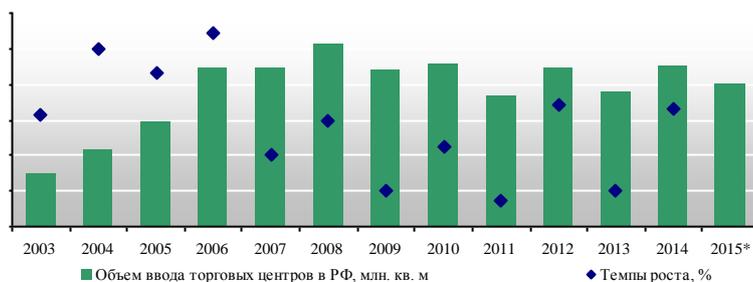
**** Демо-версия. Полный текст не приводится ****

В полной версии раздела содержится этапизация и анализ конъюнктуры M&A сделок на рынках: FMCG, DIY&Household и мебель, fashion, бытовой и компьютерной техники, мобильных устройств, детских товаров, лекарственных средств.

Раздел VI. Состояние рынка торговых центров России

<...> По объемам ввода торговых центров Россия является лидером среди стран Европы, причем её доля составляет около 50% общего объема ввода площадей, а уровень насыщенности площадями в ТЦ таких российских городов, как Москва, Санкт-Петербург, Краснодар, Екатеринбург и Воронеж выше, чем в некоторых европейских странах. В 2014 году в России введено около 100 торговых центров общей площадью 4,5 млн. кв. м., в том числе в Москве – около 1,3 млн. кв. м (вместе с Московской областью – 1,8 млн. кв. м), а в Санкт-Петербурге – около 260 тыс. кв. м.

Рисунок 29. Динамика ввода общей площади в торговых центрах в России в 2003-2014 гг. и прогноз на 2015 г., млн. кв. м



Источник: данные ИА INFOLine

<...> С начала 2015 года ставки аренды в рублевом выражении снизились в среднем на 5-10%, причем в некоторых ТЦ падение составило 20% и более. Разница в динамике арендных ставок связана с тем, что операторы различных профилей и ценовых сегментов по-разному переживают сложившуюся ситуацию. Рост потребительских цен на фоне отсутствия роста доходов привел к большим проблемам для большинства сегментов ритейла Non-Food. В то же время дискаунтеры и гипермаркеты FMCG и DIY демонстрировали относительную стабильность трафика, поэтому ставки в этих сегментах снизились незначительно. В 2015 году в большинстве торговых центров существенно активизировалась ротация арендаторов, что связано, с одной стороны, с желанием собственников и управляющих компаний сохранить адекватный уровень доходности, а с другой – с требованиями торговых сетей по оптимизации расходов и закрытию ставших нерентабельными в условиях падения потребительского спроса торговых объектов. Данная тенденция наиболее отчетливо прослеживается в качественных торговых центрах с высоким уровнем трафика. <...>

¹ Без учета сделок в аптечном сегменте.

Рейтинг крупнейших собственников торговой недвижимости

Рейтинг крупнейших собственников торговой недвижимости России в 2012-2014 гг.

Таблица 9. Рейтинг ТОП-30 собственников торговой недвижимости России по общей и арендопригодной площади в 2012-2014 гг.

№ п/п	Группа компаний	Логотип	Бренд	Кол-во ТЦ	Общая площадь, тыс. кв. м	Аренд. площадь, тыс. кв. м	Кол-во регионов присутствия	Изменение места
1	IKEA Shopping Centres Russia		МЕГА	14	2216,7	1748,4	11	→
2	"Ташир", ГК		РИО и прочие	26	1342,0	775,0	14	→
3	"Адамант", Холдинг		разные	31	1188,3	720,9	2	→
4	"Киевская площадь", ГК		разные	6	896,0	539,8	2	→
5	"Регионы", ГК		Июнь, Сибирский городок	22	766,7	466,8	8	→
***	***	***	***	***	***	***	***	***

Источник: данные компаний, расчеты и оценки ИА INFOLine

****** Демо-версия. Полный текст не приводится ******

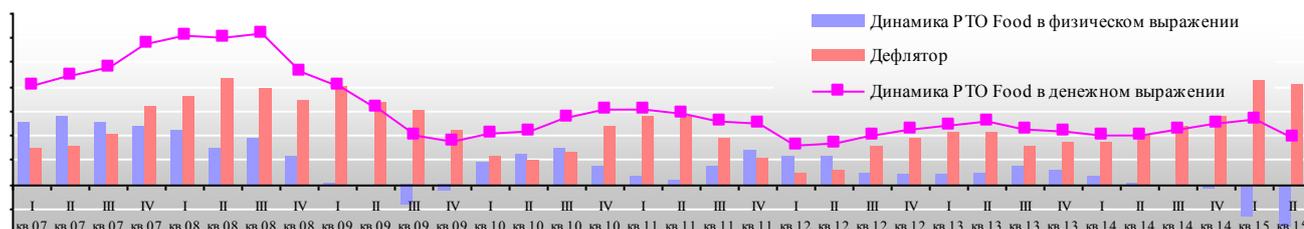
В полной версии раздела содержится: основные показатели строительной отрасли, строительство нежилых объектов, история и этапы развития российского рынка ТЦ в России, динамика ввода торговых площадей в крупных городах и регионах, насыщенность площадями ТЦ, динамика арендных ставок на рынке ТЦ России, прогноз показателей рынка ТЦ России. Также раздел содержит ранговый рейтинг крупнейших собственников недвижимости России в 2012-2014 гг., прогнозный рейтинг ТОП-30 собственников торговой недвижимости России на 2015 и 2017 гг.

Часть II.

Раздел I. Тенденции развития, прогнозы и рейтинги по сегментам розничной торговли

<...> Оборот розничной торговли России в 2014 году достиг 26,4 трлн. руб., превысив аналогичный показатель за 2013 год на 11,3%. По итогам 2015 года стоит ждать сокращения темпов роста розничного товарооборота. При схожей динамике снижения продаж в физическом выражении в 2015 году инфляционные процессы обуславливают значительную разницу в динамике розничной торговли FMCG и Non-Food в денежном выражении: цены на продукты питания в II квартале выросли более чем на 20%, а оборот розничной торговли в рублевом выражении – на 9,6%, в то время как в сегменте непродовольственных товаров, несмотря на максимальный за последние 5 лет рост цен на 14%, динамика рынка в денежном выражении была минимальной с 2009 года. <...>

Рисунок 30. Квартальная динамика розничного товарооборота Food в физическом и денежном выражении в I кв. 2007 - II кв. 2015 гг., %

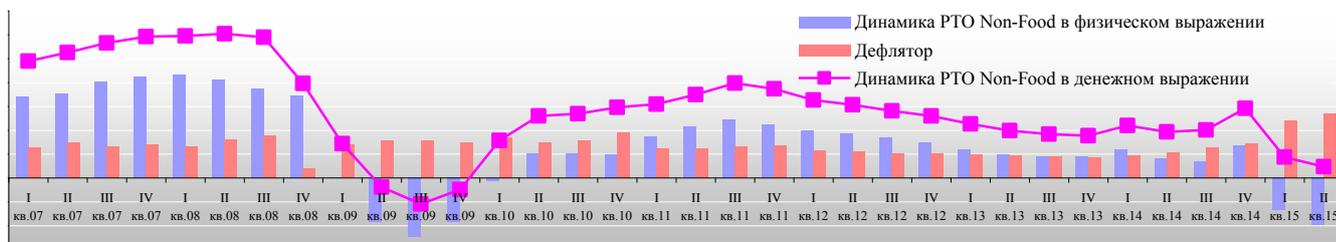


Источник: данные ФСГС, расчеты ИА INFOLine



<...> В отличие от FMCG ритейла товарооборот Non-Food в физическом выражении начал снижаться лишь в 2015 году. Его поддержал ажиотажный спрос конца 2014 года. В связи с тем, что в 2015 году не прогнозируется такое же повышение спроса, следует ожидать, что в IV квартале 2015 года динамика оборота розничной торговли непродовольственными товарами в денежном выражении окажется отрицательной. Квартальная динамика розничного товарооборота Non-Food в физическом и денежном выражении в I кв. 2008 – II кв. 2015 гг. представлена на диаграмме.

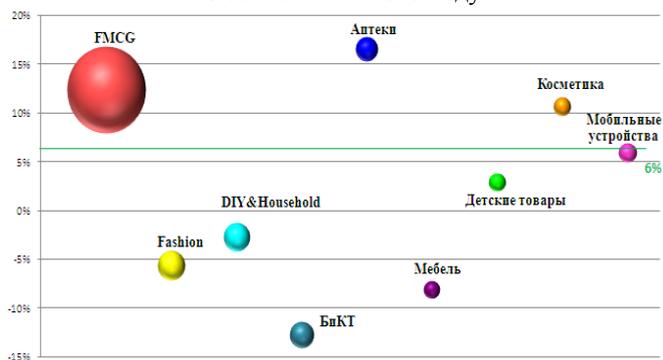
Рисунок 31. Квартальная динамика розничного товарооборота Non-Food в физическом и денежном выражении в I кв. 2008 – II кв. 2015 гг., %



Источник: данные ФСТС, расчеты ИА INFOLine

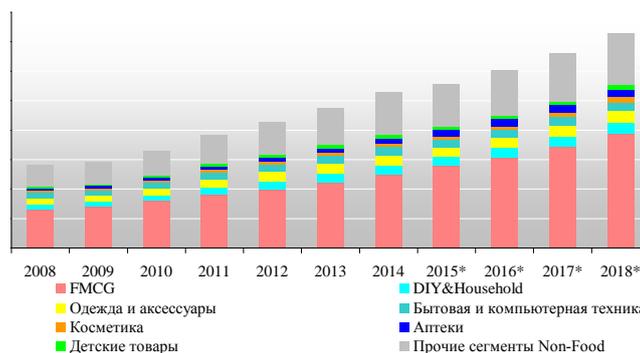
<...> Актуальность исследования INFOLine Retail Russia TOP-100 в условиях неблагоприятной ситуации на рынках ключевых потребительских товаров в 2015 году возрастает, и подтверждается включением в Исследование анализа и прогноза развития всех основных сегментов розничной торговли: FMCG, бытовая и компьютерная техника, DIY и товары для дома, мебель, мобильные устройства, косметика и парфюмерия, одежда и обувь и детские товары, а также сопоставлением итогов деятельности и планов крупнейших розничных сетей.

Рисунок 80. Динамика и оборот розничной торговли по сегментам в 2015 году¹



Источник: данные и расчеты ИА INFOLine

Рисунок 78. Динамика оборота розничной торговли по сегментам в 2008-2014 гг. и прогноз до 2018 г., трлн. руб.



Источник: данные и расчеты ИА INFOLine

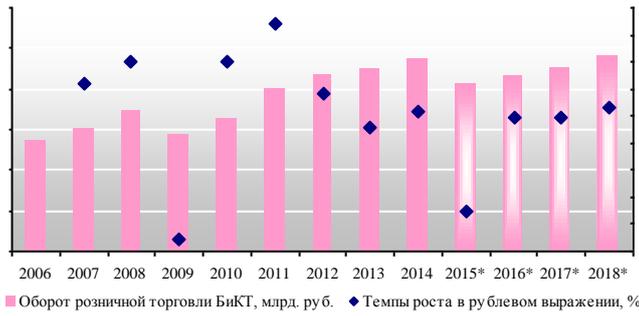
**** Демо-версия. Полный текст не приводится ****

Ситуация на рынке бытовой и компьютерной техники

<...> По оценкам специалистов ИА INFOLine в 2015 году в физическом выражении емкость рынка будет снижаться, но за счет роста цен на товары вследствие девальвации рубля, рынок в целом снизится на ***. Динамика оборота розничной торговли в сегменте бытовой и компьютерной техники в 2006-2014 гг. в рублевом и долларовом выражении и прогноз до 2018 г. в рублевом выражении представлены на диаграммах.

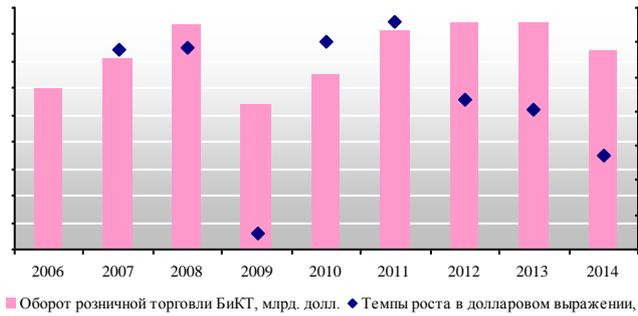
¹ Размер шарика соответствует емкости рынка в денежном выражении, по оси ординат – темп роста рынка в 2015 году, 6% - рост оборота розничной торговли России в денежном выражении по оценке ИА INFOLine.

Рисунок 32. Динамика оборота розничной торговли БИКТ в РФ в 2006-2014 гг., и прогноз до 2018 г.



Источник: данные ИА INFOLine

Рисунок 33. Динамика оборота розничной торговли БИКТ в РФ в 2006-2014 гг.

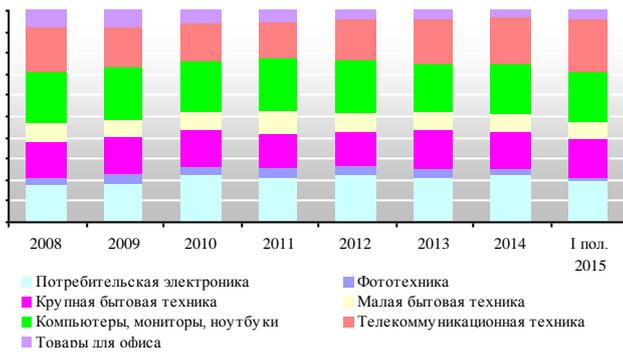


Источник: данные ИА INFOLine

***** Демо-версия. Полный текст не приводится ******

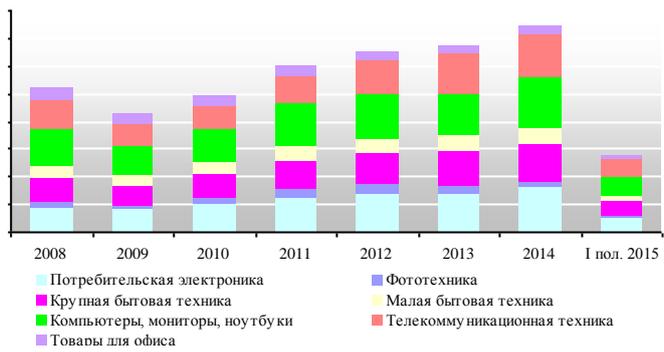
<...> В 2014-2015 гг. продолжилась тенденция диверсификации ассортимента. Сети, изначально продававшие компьютерную технику, добавили бытовую технику, а сети бытовой техники стали развивать продажи компьютеров, мобильных устройств и гаджетов. А в 2015 году крупные ритейлеры начали расширять ассортимент совершенно новыми товарными категориями: так, "Эльдорадо" включила в свою продуктовую линейку детские товары, товары для дома и сада, кухонные принадлежности. <...>

Рисунок 34. Структура продаж БИКТ по основным сегментам в 2008-I пол. 2015 гг.,%



Источник: данные Gfk

Рисунок 35. Динамика оборота розничной торговли БИКТ по видам товаров в 2008-I пол. 2015 гг., млрд. руб.



Источник данные Gfk

****** Демо-версия. Полный текст не приводится ******

В полной версии раздела содержится: анализ тенденций и перспектив развития по рынкам:

FMCG, DIY&Household и мебель, fashion, бытовая и компьютерная техника, мобильные устройства, косметика, парфюмерия и дрогери, детские товары, аптеки

Рейтинг крупнейших сетей на рынке бытовой и компьютерной техники

Ранговый рейтинг

<...> Ранговый рейтинг сетей сегмента бытовая и компьютерная техника, по итогам 2014 года представлен в таблице.

Таблица 10. Ранговый рейтинг сетей сегмента бытовая и компьютерная техника по итогам 2014 года

Основное операционное юридическое лицо	Бренд	Год основания сети в России	Вид сети	Тип сети	Основные форматы	Место в сегменте		Изменение места
						2014	2013	
М.видео Менеджмент, ООО	М.видео	1993	О	Ф	Г, С	1	1	→
***	***	***	***	***	***	***	***	***

Источник: данные и расчеты ИА INFOLine

****** Демо-версия. Полный текст не приводится ******



Рейтинг по выручке

По итогам 2014 года на рынке "Бытовая и компьютерная техника" России функционировали 20 компаний с выручкой более 3,5 млрд. руб. При этом в рейтинге не представлен Закупочный союз Euronics основанный в 1990 году. Из действующих сетей лишь две: Domo и IQ One Holdings сократили выручку. Рейтинг крупнейших ритейлеров сегмента "Бытовая и компьютерная техника" по выручке в 2010-2014 гг. представлен в таблице.

Таблица 11. Рейтинг крупнейших ритейлеров в сегменте БИКТ России по выручке в 2010-2014 гг., млрд. руб. без учета НДС

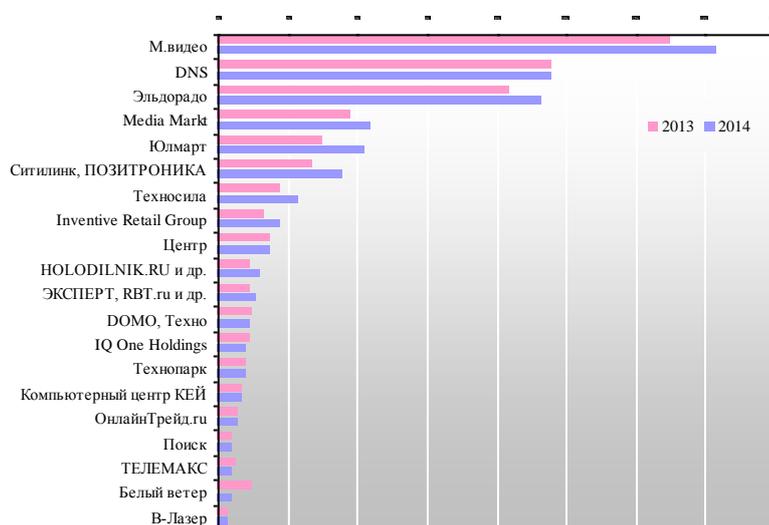
Основное операционное юридическое лицо	Бренд	Данные	2010	2011	2012	2013	2014	Темп роста, %			
								2011/ 2010	2012/ 2011	2013/ 2012	2014/ 2013
М.видео Менеджмент, ООО	М.видео	МСФО	111,9	133,6	148,4	175,9	111,9	29,5%	19,4%	11,0%	18,6%
***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***

Источник: данные и расчеты ИА INFOLine

**** Демо-версия. Полный текст не приводится ****

<...> Доли крупнейших сетей на рынке бытовой и компьютерной техники в 2014 году представлены на диаграмме.

Рисунок 36. Доли крупнейших сетей на рынке БИКТ в 2013-2014 гг., %

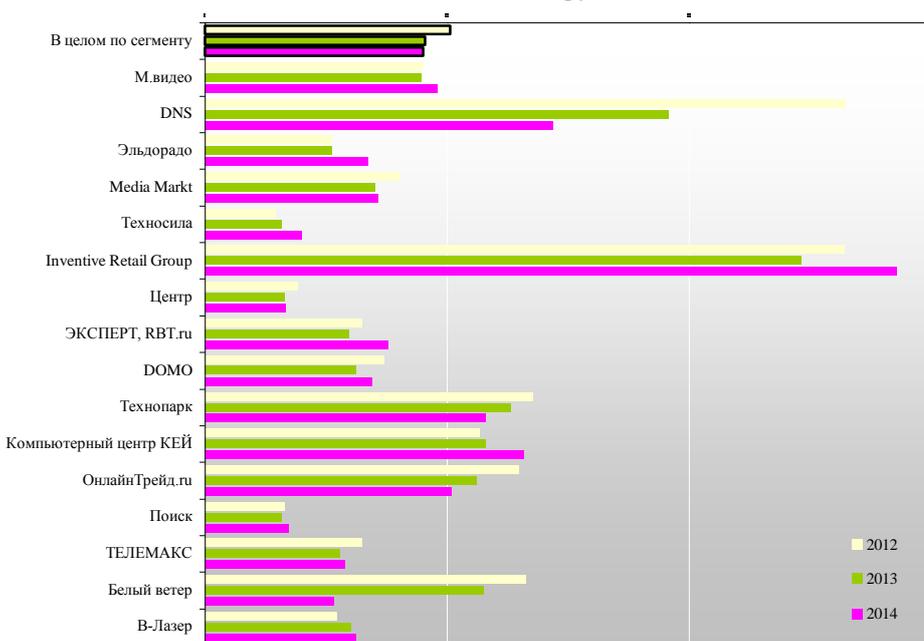


Источник: данные и расчеты ИА INFOLine

Рейтинг по выручке на единицу площади

<...> Главным вектором развития сегмента "Бытовая и компьютерная техника" в 2014-2015 гг. является повышение операционной эффективности (оптимизация логистических систем, развитие интегрированных систем продаж и online-торговли для развития на региональных рынках). Одним из ключевых индикаторов операционной эффективности является выручка с квадратного метра торговой площади. <...> Динамика показателей выручки с квадратного метра площади крупнейших ритейлеров в сегменте БИКТ в 2012-2014 гг. представлена на диаграмме.

Рисунок 37. Выручка с квадратного метра торговой площади сетей рейтинга в сегменте БиКТ в 2011-2014 гг., тыс. руб.



Источник: данные и расчеты ИА INFOLine

**** Демо-версия. Полный текст не приводится ****

Рейтинг по финансовым показателям

Анализ финансовой эффективности сетей сегмента БиКТ основывается на сравнении показателей рентабельности компаний по валовой и чистой прибыли за 2010-2014 гг. Расчет показателей рентабельности производился на основе данных бухгалтерской отчетности по РСБУ и МСФО. Сеть "М.видео" является единственной публичной компанией в сегменте, раскрывающей отчетность по МСФО, по остальным сетям сегмента БиКТ расчеты основываются на отчетности по РСБУ.

Таблица 12. Динамика рентабельности по валовой и чистой прибыли крупнейших сетей сегмента БиКТ в 2010-2014 гг.

Основное операционное юридическое лицо	Расчет ¹	Бренд	Рентабельность по валовой прибыли, %					Рентабельность по чистой прибыли, %				
			2010	2011	2012	2013	2014	2010	2011	2012	2013	2014
Средний показатель	-	-	22,0%	19,6%	19,7	17,9%	***	-4,2%	6,7%	1,7%	-1,3%	***
М.видео Менеджмент, ООО	МСФО	М.видео	24,7%	24,6%	24,7%	25,9%	27,1%	2,6%	3,0%	3,1%	3,9%	4,6%
	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***

Источник: данные и расчеты ИА INFOLine

**** Демо-версия. Полный текст не приводится ****

Динамика EBITDA и долговой нагрузки

Показатель EBITDA рассчитывается на основании финансовой отчетности компании и служит для оценки того, насколько прибыльна основная деятельность компании. Показатель используется при проведении сравнения с отраслевыми аналогами, позволяет определить эффективность деятельности компании независимо от её задолженности перед различными кредиторами и государством, а также от метода начисления амортизации. Расчет показателя EBITDA по ГК "М.Видео" представлен по данным МСФО, по остальным компаниям на основе данных отчетности по РСБУ² и рентабельности по EBITDA основных операционных компаний крупнейших сетей сегмента БиКТ в 2010-2014 гг. представлен в таблице.

¹ Расчеты показателей проведены на основе: МСФО – международных стандартов финансовой отчетности, А – данных по основной операционной компании по РСБУ; А – агрегирования данных нескольких компаний, входящих в группу компаний по РСБУ.

² EBITDA = Чистая прибыль (убыток) (стр. 2400) + Текущий налог на прибыль (стр. 2410) + Проценты к уплате (2330) - Проценты к получению (стр. 2320) + Амортизация (стр. 5640) + Переоценка внеоборотных активов текущего года (стр. 1340) – Переоценка внеоборотных активов предыдущего года (стр. 1340).



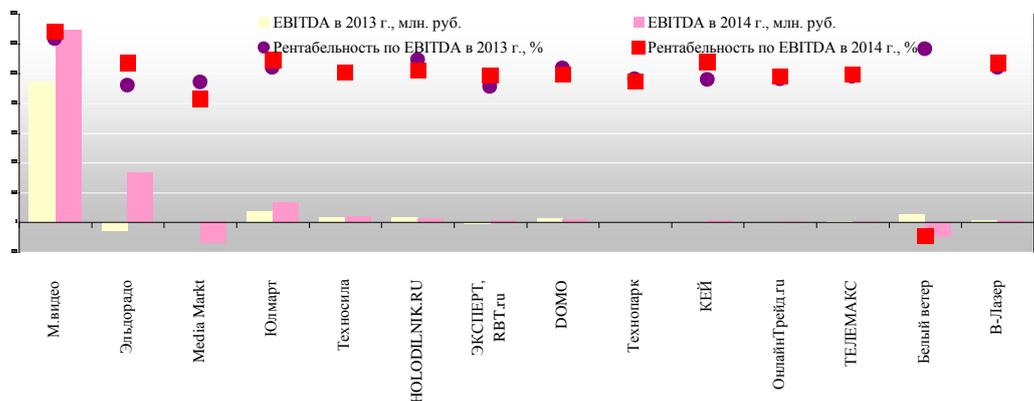
Таблица 13. Динамика показателя ЕБИТДА и рентабельности по ЕБИТДА основных операционных компаний крупнейших сетей сегмента БИКТ в 2010-2014 гг.

Основное операционное юридическое лицо	Бренд	Расчет ¹	ЕБИТДА, млн. руб.					Рентабельность по ЕБИТДА, %				
			2010	2011	2012	2013	2014	2010	2011	2012	2013	2014
М.видео Менеджмент, ООО	М.Видео	МСФО	4523	6239	7525	9400	12909	5,2%	5,6%	5,6%	6,3%	7,5%
***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***

Источник: данные и расчеты ИА INFOLine

<...> Динамика показателя ЕБИТДА крупнейших ритейлеров сегмента бытовой и компьютерной техники в 2012-2013 гг. на диаграмме.

Рисунок 38. Показатель ЕБИТДА ритейлеров сегмента БИКТ в 2013-2014 гг.



Источник: данные ФСГС

<...> Чистый долг рассчитывается как сумма заемных обязательств, скорректированных на величину денежных средств и их эквивалентов. Коэффициент отношения долга к ЕБИТДА (Долг/ЕБИТДА) – это показатель долговой нагрузки на компании, ее способности погасить имеющиеся обязательства (платежеспособности). В качестве показателя поступления средств, необходимых для расчета по долгам компании, в данном случае используется показатель ЕБИТДА – прибыль до вычета процентов, налогов и амортизации. <...>

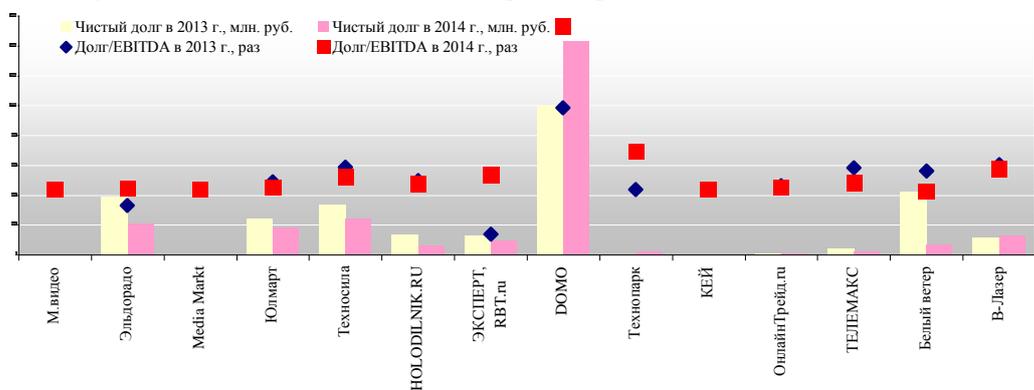
Таблица 14. Динамика показателя Чистый долг и отношения Чистый долг/ ЕБИТДА основных операционных компаний крупнейших сетей сегмента БИКТ в 2010-2014 гг.

Основное операционное юридическое лицо	Бренд	Расчет	Чистый долг, млн. руб.					Долг/ЕБИТДА, раз				
			2010	2011	2012	2013	2014	2010	2011	2012	2013	2014
М.видео Менеджмент, ООО	М.видео	МСФО	0	0	0	0	0 ²	0	0	0	0	0
***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***

Источник: данные и расчеты ИА INFOLine

<...> Динамика показателя чистого долга основных операционных компаний крупнейших сетей сегмента БИКТ в 2012-2013 гг. представлена на диаграмме.

Рисунок 39. Показатель "Чистый долг" ритейлеров сегмента БИКТ в 2013-2014 гг.



Источник: данные и расчеты ИА INFOLine

**** Демо-версия. Полный текст не приводится ****

¹ О – расчеты базируются на данных финансовой отчетности основной операционной компании сети по РСБУ.

² Компания не имеет долговых обязательств, при этом накоплена значительная сумма денежной наличности и ее эквивалентов.

Рейтинг по количеству магазинов

В рейтинге по количеству магазинов учитывается количество собственных торговых объектов сети на территории России, включая пункты-выдачи интернет-магазинов. <...> Динамика количества собственных магазинов крупнейших компаний рынка БиКТ, расположенных на территории России в 2011-I пол. 2015 гг. представлена в таблице.

Таблица 15. Динамика количества собственных магазинов, расположенных на территории России крупнейших сетей сегмента БиКТ в 2011-I пол. 2015 гг.

№	Основное операционное юридическое лицо	Бренд	Основные форматы	Количество магазинов, ед.				Прирост магазинов, ед.				
				2011	2012	2013	2014	I пол. 2015	2012	2013	2014	I пол. 2015
1	М.видео Менеджмент, ООО	М.видео	Г, С	261	296	333	368	364	35	37	35	-2
	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***

Источник: данные и расчеты ИА INFOLine

****** Демо-версия. Полный текст не приводится ******

Рейтинг по торговой площади

<...> В тройку лидеров по приросту торговой площади в I пол. 2015 года вошли компания "Юлмарт" – прирост торговой площади превысил 85%, "ОнлайнТрейд.ru" – прирост составил 34,9%, DNS – прирост составил 19,5%.

Следует отметить, что рост торговой площади не является главным показателем развития сети, многие ритейлеры, наоборот, оптимизируют торговое пространство своих магазинов. Например, Media Markt сокращает торговое пространство магазинов. Динамика торговой площади крупнейших сетей сегмента "Бытовая и компьютерная техника" в 2011-I пол. 2015 гг. представлена в таблице.

Таблица 16. Динамика торговой площади собственных магазинов крупнейших сетей сегмента бытовой и компьютерной техники расположенных на территории России в 2011-I пол. 2015 гг.

№	Основное операционное юридическое лицо	Бренд	Основные форматы	Торговая площадь, тыс. кв. м				Темп прироста, %				
				2011	2012	2013	2014	I пол. 2015	2012	2013	2014	I пол. 2015
1	М.видео Менеджмент, ООО	М.видео	Г, С	471,0	537,0	582,5	630,5	625,0	14,0	8,5	8,2	-0,9
	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***

Источник: данные и расчеты ИА INFOLine

****** Демо-версия. Полный текст не приводится ******

<...> В 2014 году из 20 анализируемых компаний 5 компаний сократили торговые площади на 86,3 тыс. кв. м. Данный факт обусловлен закрытием неэффективных offline магазинов и сокращением торгового пространства действующих магазинов, т.к. часть ассортимента переходит на витрины в интернет-магазины. Динамика прироста торговых площадей по TOP-20 крупнейшим ритейлерам рынка "Бытовая и компьютерная техника" в 2010-I пол. 2015 гг. представлена в таблице.

Таблица 17. Динамика прироста торговых площадей по крупнейшим ритейлерам рынка "Бытовая и компьютерная техника" в 2010-I пол. 2015 гг.¹

Динамика	I пол. 2015		2014		2013		2012		2011		2010	
	Кол-во сетей	Изменение площадей, тыс. кв. м.	Кол-во сетей	Изменение площадей, тыс. кв. м.	Кол-во сетей	Изменение площадей, тыс. кв. м.	Кол-во сетей	Изменение площадей, тыс. кв. м.	Кол-во сетей	Изменение площадей, тыс. кв. м.	Кол-во сетей	Изменение площадей, тыс. кв. м.
Сети, увеличившие торговые площади	***	***	14	***	16	***	18	***	17	***	16	***
Сети с неизменной величиной площадей	***	***	1	***	1	***	1	***	1	***	1	***
Сети, сократившие торговые площади	***	***	5	***	3	***	1	***	2	***	3	***
Изменение по TOP-20	20	***	20	***	20	***	20	***	20	***	20	***

Источник: расчеты ИА INFOLine

¹ В расчете применялись оценочные данные ИА INFOLine по торговой площади online-ритейлера "Юлмарт".



Рисунок 40. Динамика прироста торговых площадей крупнейших сетей сегмента БиКТ (без учета операторов, сокративших площади) в 2010-I пол. 2015 гг., тыс. кв. м



Источник: данные и расчеты ИА INFOline

**** Демо-версия. Полный текст не приводится ****

Рейтинг по численности сотрудников

Таблица 18. Рейтинг крупнейших сетей сегмента "Бытовая и компьютерная техника" по численности сотрудников в 2012-2014 гг.

№	Основное операционное юридическое лицо	Бренд	Численность сотрудников на конец года, чел.			Выручка, тыс. руб./чел.			Количество сотрудников на тыс. кв. м торговой площади		
			2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014
1	М.видео Менеджмент, ООО	М.видео	17000	18414	18655	8906,2	8491,3	9511,4	31	32	31
	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***

Источник: данные и расчеты ИА INFOline

**** Демо-версия. Полный текст не приводится ****

В полной версии раздела содержатся рейтинги: ранговый, по выручке, по выручке на единицу площади, финансовым показателям, динамике EBITDA и долговой нагрузки, количеству магазинов, торговой площади, численности сотрудников, по сегментам:

FMCG, DIY&Household и мебель, fashion, бытовая и компьютерная техника, мобильные устройства, косметика, парфюмерия и дробери, детские товары, аптеки

Также в разделе представлены региональный анализ и перспективы развития крупнейших ритейлеров

Характеристика развиваемых форматов (в т.ч. интернет-торговля); распределительных центров; бизнес-справки по крупнейшим ритейлерам по каждому из анализируемых рынков (FMCG, DIY, Household, мебель, fashion, бытовая и компьютерная техника, мобильные устройства, косметика, парфюмерия и дробери, детские товары, аптеки) представлены в Отраслевых версиях INFOline Retail Russia TOP-100. Тенденции 2015. Прогноз до 2018 года.

Перечень таблиц и графиков

Часть I.

Раздел I. Основные показатели экономики и розничной торговли России

Графики

- Рисунок 1. Номинальный ВВП и оборот розничной торговли РФ в 2004-2014 гг. и прогноз на 2015-2017 гг., млрд. руб.;
- Рисунок 2. Динамика реального ВВП, оборота розничной торговли и реальных доходов населения в 2004-2014 гг. и прогноз на 2015-2017 гг., %;
- Рисунок 3. Динамика основных показателей потребительского рынка в 2007-2015 гг. и прогноз на 2015-2018 года в % к соответствующему периоду предыдущего года;
- Рисунок 4. Динамика оборота розничной торговли и денежной массы в 2007-2015 гг., млрд. руб.;
- Рисунок 5. Привлекательность розничных рынков различных стран (А.Т. Kearney GRDI-2015);
- Рисунок 6. Динамика показателей привлекательности розничного рынка России в 2004-2015 гг.;
- Рисунок 7. Анализ реализации благоприятных рыночных возможностей согласно GRDI;
- Рисунок 8. Функциональная схема ЕГАИС в розничной торговле;
- Рисунок 9. Индекс предпринимательской уверенности в России 2007-2015 гг.;
- Рисунок 10. Оценка экономической ситуации в России в 2007-2015 гг.;
- Рисунок 11. Оборот розничной торговли в России в 2007-2015 гг.;
- Рисунок 12. Средняя численность работников розничной торговли в России в 2007-2015 гг.;
- Рисунок 13. Уровень складских запасов России в 2007- 2015 гг.;
- Рисунок 14. Ассортимент товаров в России в 2007-2015 гг.;
- Рисунок 15. Цены реализации товаров в России в 2007-2015 гг.;
- Рисунок 16. Средний сложившийся уровень торговой наценки в России в 2007-2015 гг.;
- Рисунок 17. Инвестиции на расширение деятельности, ремонт и модернизацию предприятий розничной торговли в России в 2007-2015 гг.;
- Рисунок 18. Складские площади предприятий розничной торговли в России в 2007-2015 гг.;
- Рисунок 19. Обеспеченность собственными финансовыми ресурсами предприятий розничной торговли в России в 2007-2015 гг.;
- Рисунок 20. Прибыль предприятий розничной торговли в России в 2007-2015 гг.;
- Рисунок 21. Ключевые факторы, ограничивающие деятельность торговых организаций России в 2007-2015 гг.;
- Рисунок 22. Динамика оборота розничной торговли в физическом выражении по видам товаров в 2000-2015 гг., %;
- Рисунок 23. Структура оборота розничной торговли по группам товаров в 2011-2015 гг. (по месяцам), млрд. руб.;
- Рисунок 24. Структура оборота розничной торговли по группам товаров в 2011-2015 гг. (по месяцам), %;
- Рисунок 25. Динамика оборота розничной торговли по отдельным группам товаров, %;
- Рисунок 26. Динамика оборота розничной торговли по отдельным группам непродовольственных товаров, %;
- Рисунок 27. Структура формирования оборота розничной торговли в 2007-2015 гг., по видам организаций, %;
- Рисунок 28. Динамика оборота торгующих организаций и рынков в 2011-2015 гг. (по месяцам), трлн. руб.;
- Рисунок 29. Структура оборота розничной торговли по видам организаций в 2011-2015 гг. (по месяцам), %;
- Рисунок 30. Динамика количества рынков в РФ и их доли в обороте розничной торговли в 2003-2015 гг.;
- Рисунок 31. Индекс потребительских цен на конец периода в 2000-2015 гг., % к декабрю предыдущего года и прогноз до 2018 года;
- Рисунок 32. Структура вклада в инфляцию в 2007-2015 гг., проц. пунктов;
- Рисунок 33. Индекс потребительских цен в 2011-2015 гг., в % к предыдущему месяцу;
- Рисунок 34. Темпы изменения цен на продовольственные товары в 2011- сентябре 2015 гг., % к соответствующему периоду предыдущего года;
- Рисунок 35. Темпы изменения цен на непродовольственные товары в 2011-сентябре 2015 гг., % к соответствующему периоду предыдущего года;
- Рисунок 36. Изменение цен на продовольственные товары (без учета напитков) в странах Европы, август 2015 года в % к декабрю 2014 г., %;
- Рисунок 37. Динамика реальной зарплаты и реальных доходов населения в 2000-2014 гг. и прогноз на 2015-2018 гг., %;
- Рисунок 38. Динамика реальной зарплаты и реальных доходов населения в 2007-2015 гг., %;
- Рисунок 39. Динамика номинальной начисленной зарплаты и среднедушевых доходов населения в 2000-2015 гг. и прогноз на 2015-2016 гг., тыс. руб.;
- Рисунок 40. Распределение населения по величине среднедушевых доходов в 2013-2014 гг., %;
- Рисунок 41. Динамика курса доллара и евро в 2006-2015 гг., руб.;
- Рисунок 42. Динамика среднегодового курса доллара и евро в 2003-2018 гг., руб.;
- Рисунок 43. Динамика среднегодовой цены на нефть марки Urals в 2003-2014 гг. и прогноз на 2015-2018 гг., долл./барр.;
- Рисунок 44. Структура денежных доходов населения по источникам поступления в 2007-2015 гг., %;
- Рисунок 45. Структура использования денежных доходов населения в 2007-2015 гг., %;
- Рисунок 46. Темпы роста реальных доходов населения в 2007-2015 гг., % к аналогичному периоду пред. года;
- Рисунок 47. Темпы роста реальной заработной платы в 2007-2015 гг., % к аналогичному периоду пред. года;
- Рисунок 48. Объем вкладов физических лиц и кредитов, выданных физическим лицам в 2007-2015 гг. в рублях и в валюте, % к предыдущему месяцу года;
- Рисунок 49. Объем вкладов физических лиц и кредитов, выданных физическим лицам в 2007-2015 гг. в рублях и в валюте, млрд. руб.;
- Рисунок 50. Объем вкладов физических лиц и кредитов, выданных физическим лицам в 2007-2015 гг. в рублях и в валюте, % к янв. 2007 года;
- Рисунок 51. Динамика номинальных повседневных расходов жителей городов РФ с населением от 100 тыс. жителей. Январь 2012 – Август 2015;
- Рисунок 52. Динамика реальных ("очищенных" от инфляции) повседневных расходов жителей городов с РФ населением от 100 тыс. жителей. Январь 2012 – Август 2015;
- Рисунок 53. Региональный средний чек среднестатистического горожанина за один поход в магазин в мае 2015 года;
- Рисунок 54. Динамика среднего чека по федеральным округам в рублях;
- Рисунок 55. Индекс уверенности потребителей России в 2007-2015 гг.;
- Рисунок 56. Оценка экономической ситуации в России потребителями в 2007-2015 гг.;
- Рисунок 57. Оценка личного материального положения потребителями России в 2007-2015 гг.;
- Рисунок 58. Оценка текущего положения потребителями России в 2007-2015 гг.;
- Рисунок 59. Доля респондентов, считающих экономическую ситуацию нестабильной или крайне нестабильной;
- Рисунок 60. Основные поводы для беспокойства;
- Рисунок 61. Насколько текущие экономические условия благоприятны для сбережений;
- Рисунок 62. Сколько денег вы потратили вчера, руб.;
- Рисунок 63. Сколько денег вы потратили вчера, %;
- Рисунок 64. Ощутили ли вы какой-либо эффект недавнего укрепления рубля? II кв. 2015 года;
- Рисунок 65. Ощутили ли Вы эффект возобновившегося ослабления рубля? III кв. 2015 года;
- Рисунок 66. Мнение респондентов о влиянии ослабления рубля на структуру расходов;
- Рисунок 67. Стали ли вы покупать более дешевые товары первой необходимости в последние 2-3 месяца.

Таблицы

- Таблица 1. Динамика оборота розничной торговли в России в 2006-2015 гг. и прогноз на 2015-2018 гг.;
- Таблица 2. Рейтинг привлекательности розничных рынков развивающихся стран в 2004-2010 гг.;
- Таблица 3. Рейтинг привлекательности розничных рынков развивающихся стран в 2011-2015 гг.;
- Таблица 4. Структура оборота розничной торговли по группам товаров в 2008-2015 гг.;
- Таблица 5. Структура продаж основных продуктов питания в 2004-2014 гг.;
- Таблица 6. Динамика продажи основных видов продовольственных товаров в 2004-2014 гг., индекс %;
- Таблица 7. Структура продаж основных непродовольственных товаров в 2004-2014 гг.;
- Таблица 8. Динамика продажи основных видов непродовольственных товаров в 2004-2014 гг., индекс %;
- Таблица 9. Оборот торгующих организаций и рынков в 2008-2015 гг., млрд. руб.;
- Таблица 10. Структура продажи товаров на розничных рынках и ярмарках в фактических ценах за I пол. 2015 год, %.

Раздел II. Региональное развитие экономики и розничной торговли России

Раздел III. Рейтинги 100 крупнейших ритейлеров России

Графики

- Рисунок 267. Структура прироста торговой площади крупнейших ритейлеров в 2013 г., %;
- Рисунок 268. Структура прироста торговой площади крупнейших ритейлеров в 2014 г., %;
- Рисунок 269. Структура выручки TOP-100 крупнейших ритейлеров России по виду сети в 2010-2014 гг., %;
- Рисунок 270. Динамика выручки крупнейших отечественных и международных TOP-100 компаний России в 2010-2014 гг., млрд. руб.;
- Рисунок 271. Структура выручки крупнейших международных компаний по сегментам в 2010-2014 гг., %;
- Рисунок 272. Динамика выручки крупнейших международных компаний по сегментам в 2010-2014 гг., млрд. руб.;
- Рисунок 273. Структура выручки крупнейших международных компаний по странам основания в 2010-2014 гг., %;
- Рисунок 274. Динамика выручки крупнейших международных компаний по странам основания в 2010-2014 гг., млрд. руб.;
- Рисунок 275. Доля крупнейших международных компаний в сегментах розничной торговли России в 2010-2014 гг., %;
- Рисунок 276. Выручка с квадратного метра торговой площади сетей рейтинга TOP-100 в 2011-2014 гг., тыс. руб.;
- Рисунок 277. Динамика выручки с квадратного метра торговой площади сетей рейтинга TOP-100 в 2013-2014 гг., %;
- Рисунок 278. Количество сетей Рейтинга INFOLine Retail Russia TOP-100, изменивших площади в 2011-2014 гг.;
- Рисунок 279. Динамика прироста торговых площадей сетей рейтинга TOP-100 по сегментам в 2011-I пол. 2015 гг., тыс. кв. м.;
- Рисунок 280. Структура прироста торговых площадей сетей рейтинга TOP-100 в 2011-I пол. 2015 гг., %;
- Рисунок 281. Динамика прироста торговых площадей Non-Food сетей рейтинга TOP-100 по сегментам в 2011-I пол. 2015 гг., тыс. кв. м.;
- Рисунок 282. Структура прироста торговых площадей Non-Food сетей рейтинга TOP-100 в 2011-I пол. 2015 гг., %;
- Рисунок 283. Динамика прироста торговых площадей крупнейших сетей Food ритейла TOP-100 в 2011-I пол. 2015 гг., тыс. кв. м.;
- Рисунок 284. Структура прироста торговых площадей крупнейших сетей Food ритейла TOP-100 в 2011-I пол. 2015 гг., тыс. кв. м.;
- Рисунок 285. Динамика прироста торговых площадей крупнейших сетей Non-Food ритейла TOP-100 в 2011-I пол. 2015 гг., тыс. кв. м.;
- Рисунок 286. Структура прироста торговых площадей крупнейших сетей Non-Food ритейла TOP-100 в 2011-I пол. 2015 гг., тыс. кв. м.;
- Рисунок 287. Среднегодовые темпы роста выручки и торговой площади ритейлеров рейтинга TOP-100 по сегментам за 2010-2014 гг., %;
- Рисунок 288. Прирост чистой выручки ритейлеров TOP-100 по сегментам в 2011-2014 гг., %;
- Рисунок 289. Прирост торговой площади ритейлеров TOP-100 по сегментам в 2011-2014 гг., %;
- Рисунок 290. Динамика объема интернет-торговли по сегментам в России в 2010-2014 гг., млрд. руб.;
- Рисунок 291. Динамика показателей интернет-торговли в России в 2005-2014 гг., млрд. руб.;
- Рисунок 292. Доля интернет-продаж в обороте розничной торговли и сегментах Non-Food торговли России в 2010-2014 гг., %;
- Рисунок 293. Среднегодовые затраты одного интернет-покупателя в 2014 году;
- Рисунок 294. Online-продажи в % от общего объема рынка ритейла в 2014 году;
- Рисунок 295. Количество пользователей интернета по странам в 2014 году, %;
- Рисунок 296. Основные преимущества покупки offline, % опрошенных;
- Рисунок 297. Основные преимущества покупки online, % опрошенных;
- Рисунок 298. Динамика объема трансграничной торговли в России (импорт) в 2008-2015 гг., млрд. руб.;
- Рисунок 299. Динамика объема трансграничной торговли в России (импорт) по странам в 2010-2014 гг., %;
- Рисунок 300. Структура покупок в иностранных интернет-магазинах в 2015 г. по видам товаров, %;
- Рисунок 301. Распределение посылок по странам в I пол. 2015 г., %;
- Рисунок 302. Распределение затрат россиян по странам в I пол. 2015 г., %;
- Рисунок 303. Мотивы покупки в зарубежных интернет-магазинах, % опрошенных;
- Рисунок 304. Динамика распределения интернет-покупателей по географическому типу интернет-магазина, % опрошенных;
- Рисунок 305. Среднемесячное количество посетителей из России в крупнейших зарубежных интернет-магазинах, млн. чел.;
- Рисунок 306. Средний чек (без учета доставки) в российских и иностранных интернет-магазинах в зависимости от населенного пункта в 2014 г., руб.;
- Рисунок 307. Динамика уровня проникновения Интернета в России в 2003-2014 гг. и прогноз на 2018 г., %;
- Рисунок 308. Динамика месячной интернет-аудитории в 2003-2014 гг., млн. чел.;
- Рисунок 309. Структура населения России в возрасте от 18 до 64 лет по опыту интернет-покупок, %;
- Рисунок 310. Стаж интернет-покупателей в России, %;
- Рисунок 311. Структура покупателей интернет-магазинов по городам проживания в 2014 году, %;
- Рисунок 312. Структура интернет-пользователей по городам проживания в 2014 году, %;
- Рисунок 313. Структура покупателей интернет-магазинов по федеральным округам России в 2014 году, %;
- Рисунок 314. Структура пользователей интернета по федеральным округам России в 2014 году, %;
- Рисунок 315. Основные критерии выбора интернет-магазина, % опрошенных;
- Рисунок 316. Способ оплаты товаров в интернет-магазине, %;
- Рисунок 317. Способ доставки товаров, %;
- Рисунок 318. Основные преимущества передачи логистических процессов на аутсорсинг, % опрошенных;
- Рисунок 319. Основные недостатки передачи логистических процессов на аутсорсинг, % опрошенных;
- Рисунок 320. Структура интернет-продаж в России в 2014 году по основным товарным категориям, %;
- Рисунок 321. Структура оборота розничной интернет-торговли по рынкам России в 2010-2014 гг., %;
- Рисунок 322. Динамика оборота розничной интернет-торговли по рынкам России в 2010-2014 гг., млрд. руб.;
- Рисунок 323. Структура объявлений на портале Avito.ru, %;
- Рисунок 324. TOP-10 крупнейших ритейлеров России по итогам 2014 года;
- Рисунок 325. TOP-10 сетей FMCG России в 2014 г.;
- Рисунок 326. TOP-10 сетей Non-Food России в 2014 г.;
- Рисунок 327. Динамика порога чистой выручки для попадания в TOP-100 крупнейших ритейлеров России в 2010-2014 гг., млрд. руб.;
- Рисунок 328. Динамика чистой выручки 100 крупнейших ритейлеров России в 2010-2014 гг., трлн. руб.;
- Рисунок 329. Структура торговой площади 100 крупнейших ритейлеров России в 2014 году по типу сети, %;
- Рисунок 330. Динамика торговой площади 100 крупнейших ритейлеров России в 2010-2014 гг., млн. кв. м.

Таблицы

- Таблица 39. Сравнительный анализ параметров рейтинга INFOLine Retail Russia TOP-100 в 2010-2014 гг.;
- Таблица 40. Динамика количества участников рейтинга по сегментам в 2010-2014 гг.;
- Таблица 41. Сети, вышедшие и появившиеся в рейтинге INFOLine Retail Russia TOP-100 по итогам 2014 года;
- Таблица 42. Лидеры сегментов Рейтинга INFOLine Retail Russia TOP-100 по итогам 2014 года;
- Таблица 43. TOP-10 сетей по росту чистой выручки в 2014 году;
- Таблица 44. TOP-10 сетей по среднегодовому темпу роста выручки в 2010-2014 гг.;
- Таблица 45. TOP-10 сетей по росту торговой площади в 2014 году;
- Таблица 46. Структура рейтинга INFOLine Retail Russia TOP-100 по выручке в разрезе типа сети в 2010-2014 гг.;
- Таблица 47. Анализ динамики и структуры рейтинга INFOLine Retail Russia TOP-100 по выручке в 2011-2014 гг.;
- Таблица 48. Структура рейтинга INFOLine Retail Russia TOP-100 по торговой площади в разрезе типа сети в 2010-2014 гг.;
- Таблица 49. Анализ динамики и структуры рейтинга INFOLine Retail Russia TOP-100 по торговой площади в 2010-2014 гг.;
- Таблица 50. Структура рейтинга INFOLine Retail Russia TOP-100 по выручке в разрезе сегментов в 2010-2014 гг.;
- Таблица 51. Анализ динамики и структуры рейтинга INFOLine Retail Russia TOP-100 по выручке в 2011-2014 гг.;
- Таблица 52. Структура рейтинга INFOLine Retail Russia TOP-100 по торговой площади в разрезе сегментов в 2010-2014 гг.;
- Таблица 53. Анализ динамики и структуры рейтинга INFOLine Retail Russia TOP-100 по величине торговых площадей в 2010-2014 гг.;
- Таблица 54. Динамика прироста торговых площадей по TOP-100 крупнейших ритейлеров России в 2011-2014 гг.;
- Таблица 55. Анализ динамики и структуры рейтинга INFOLine Retail Russia TOP-100 по степени развития интернет-торговли в 2014 г.;
- Таблица 56. TOP-5 интернет-ритейлеров, вошедших в INFOLine Retail Russia TOP-100;
- Таблица 57. Ранговый рейтинг 100 крупнейших ритейлеров в 2013-2014 гг.;
- Таблица 58. Рейтинг 100 крупнейших ритейлеров по выручке в 2012-2014 гг.;
- Таблица 59. Выручка крупнейших ритейлеров России по итогам I пол. 2015 года;



- Таблица 60. Рейтинг крупнейших розничных групп по выручке в 2012-2014 гг.;
- Таблица 61. Рейтинг 100 крупнейших ритейлеров по выручке на единицу площади в 2012-2014 гг.;
- Таблица 62. Показатели like-for-like по публичным компаниям в 2010-2014 гг.;
- Таблица 63. Динамика рентабельности по валовой и чистой прибыли 100 крупнейших ритейлеров в 2012-2014 гг.;
- Таблица 64. Динамика показателя EBITDA и рентабельности по EBITDA 100 крупнейших ритейлеров в 2012-2014 гг.;
- Таблица 65. Динамика показателя Чистый долг и отношения Чистый долг/ EBITDA основных операционных компаний 100 крупнейших ритейлеров в 2012-2014 гг.;
- Таблица 66. Рейтинг 100 крупнейших ритейлеров по количеству собственных магазинов на территории России в 2012-I пол. 2015 гг.;
- Таблица 67. Рейтинг 100 крупнейших ритейлеров по величине торговых площадей собственных магазинов на территории России в 2012-I пол. 2015 гг.

Раздел IV. Анализ взаимодействия розничных сетей России с финансовыми рынками

Графики

- Рисунок 331. Объем рынка рублевых корпоративных облигаций в обращении в 2010-2014 гг., млрд. руб.;
- Рисунок 332. Динамика курсов акций крупнейших публичных Non-Food ритейлеров России в окт.2008 – июл.2015 гг.;
- Рисунок 333. Динамика размещения облигационных займов российскими сетями FMCG в 2005-2015 гг.;
- Рисунок 334. Динамика размещения облигационных займов российскими сетями FMCG в 2005-2015 гг.;
- Рисунок 335. Динамика курсов акций публичных ритейлеров FMCG России в янв. 2006 – август 2015 гг.

Таблицы

- Таблица 68. Размещение облигационных займов крупнейшими российскими Non-Food сетями в 2004-2015 гг.;
- Таблица 69. Дефолты по облигациям российских Non-Food сетей в 2008-2015 гг.;
- Таблица 70. Аннулирование облигационных займов российскими Non-Food сетями в 2005-2015 гг.;
- Таблица 71. Запланированные размещения облигационных займов российскими Non-Food сетями в 2015 году.;
- Таблица 72. Размещения акций крупнейших российских Non-Food сетей в 2003-2015 гг.;
- Таблица 73. Планируемые IPO и SPO крупнейшими российскими Non-Food ритейлерами в 2015-2016 гг.;
- Таблица 74. Перенесенные IPO крупнейшими российскими Non-Food ритейлерами.;
- Таблица 75. Банкротства крупнейших российских Non-Food ритейлеров в 2009-2015 гг.;
- Таблица 76. Данные по исковым заявлениям, предъявленным действующим Non-Food ритейлерам в I пол. 2015 года.;
- Таблица 77. Инструменты привлечения финансовых ресурсов торговыми сетями в 2003-2015 гг.;
- Таблица 78. Аннулирование облигационных займов российскими сетями в 2008-2015 гг.;
- Таблица 79. Дефолты по облигациям российских сетей FMCG в 2008-2015 гг.;
- Таблица 80. Размещение облигационных и безоблигационных займов российскими сетями FMCG в 2005-2015 гг.;
- Таблица 81. Размещения акций российских сетей FMCG в 2004-II кв. 2015 гг.;
- Таблица 82. Крупнейшие кредиты иностранных банков, привлеченные российскими сетями FMCG в 2004-2015 гг.;
- Таблица 83. Крупные сделки ПАО "Магнит", в совершении которых имеется заинтересованность.;
- Таблица 84. Кредитные линии российских банков, открытые публичным компаниям в 2014 году – II квартале 2015 года.

Раздел V. Конъюнктура рынка M&A в ритейле России

Графики

- Рисунок 336. Динамика количества сделок M&A в Non-Food ритейле России в 2003-2014 гг.;
- Рисунок 337. Динамика объема сделок M&A в Non-Food ритейле России в 2004-2014 гг.;
- Рисунок 338. Динамика объема сделок M&A в fashion ритейле в 2004-2014 гг., млн. долл.;
- Рисунок 339. Динамика объема сделок M&A в DIY ритейле в 2005-2014 гг., млн. долл.;
- Рисунок 340. Динамика объема сделок M&A в сегменте БиКТ ритейла в 2004-2014 гг., млн. долл.;
- Рисунок 341. Динамика объема сделок M&A в сегменте мобильных устройств, 2006-2014 гг. млн. долл.;
- Рисунок 342. Динамика количества сделок M&A в аптечном ритейле в 2003-2014 гг.;
- Рисунок 343. Динамика количества аптек в рамках сделок M&A в аптечном ритейле в 2003-2014 гг.;
- Рисунок 344. Динамика объема сделок M&A в ритейле детских товаров в 2005-2014 гг., млн. долл.;
- Рисунок 345. Динамика объема сделок M&A в секторе косметическо-парфюмерного ритейла, 2004-2014 гг., млн. долл.;
- Рисунок 346. Количество сделок M&A и средний объем сделки в секторе FMCG ритейла, 2004-2015 гг.;
- Рисунок 347. Динамика объема сделок M&A в секторе FMCG ритейла, 2004-2015 гг.

Таблицы

- Таблица 85. Основные этапы развития рынка M&A в Non-Food ритейле в 1993-2014 гг.;
- Таблица 86. Основные этапы развития рынка M&A fashion-ритейла России в 1993-2014 гг.;
- Таблица 87. Сделки M&A на рынке fashion-ритейла России в 1996-2011 гг.;
- Таблица 88. Сделки M&A на рынке fashion-ритейла России в 2012-2015 гг.;
- Таблица 89. Основные этапы развития рынка DIY ритейла в России в 1995-2014 гг.;
- Таблица 90. Сделки M&A на рынке DIY ритейла России в 2005-2011 гг.;
- Таблица 91. Сделки M&A на рынке DIY ритейла России в 2012-2013 гг.;
- Таблица 92. Основные этапы развития рынка M&A в сегменте БиКТ ритейла в 1993-2014 гг.;
- Таблица 93. Наиболее крупные сделки M&A в БиКТ ритейле России в 2007-2011 гг.;
- Таблица 94. Наиболее крупные сделки M&A в БиКТ ритейле России в 2012-2015 гг.;
- Таблица 95. Основные этапы развития рынка M&A в сегменте мобильных устройств в 1995-2014 гг.;
- Таблица 96. Сделки M&A в сегменте мобильных устройств России в 2006-2011 гг.;
- Таблица 97. Сделки M&A в сегменте мобильных устройств России в 2012-2014 гг.;
- Таблица 98. Основные этапы развития рынка M&A в аптечном ритейле в 1994-2014 гг.;
- Таблица 99. Сделки M&A на рынке аптечного ритейла России в 2003-2015 гг.;
- Таблица 100. Основные этапы развития рынка M&A в секторе розничной торговли товарами для детей в 1993-2014 гг.;
- Таблица 101. Сделки M&A на рынке ритейла детских товаров России в 2003-2015 гг.;
- Таблица 102. Основные этапы развития рынка M&A сегмента косметики и парфюмерии в 1995-2014 гг.;
- Таблица 103. Наиболее крупные сделки по приобретению франшиз российскими компаниями.;
- Таблица 104. Сделки M&A на рынке косметики и парфюмерии России в 2004-2014 гг.;
- Таблица 105. Основные этапы развития рынка M&A в секторе FMCG ритейла в 1994-2011 гг.;
- Таблица 106. Сделки M&A в FMCG ритейле России в 2006-2014 гг.;
- Таблица 107. Потенциальные покупатели и продавцы на рынке M&A в 2015 году.

Раздел VI. Состояние рынка торговых центров в городах России

Графики

- Рисунок 348. Структура объема строительных работ в ТОП-30 регионах России в 2014 г., млн. руб.;
- Рисунок 349. Динамика ввода зданий и сооружений в России в 2006-2014 гг. по видам, млн. кв. м.;
- Рисунок 350. Структура ввода площадей зданий в России в 2014 году, %;
- Рисунок 351. Динамика ввода зданий и сооружений в России в 2006-2014 гг. по видам, млн. кв. м.;
- Рисунок 352. Динамика площади введенных в эксплуатацию нежилых зданий и помещений по их видам в России в 2006-2014 гг., млн. кв. м.;
- Рисунок 353. Структура ввода в эксплуатацию нежилых зданий по их видам в России в 2006-2014 гг., %;
- Рисунок 354. Динамика объема строительства нежилых зданий в России по округам в 2006-2014 гг., млн. кв. м.;
- Рисунок 355. Структура объема строительства нежилых зданий в России по округам в 2006-2014 гг., %;
- Рисунок 356. Динамика ввода коммерческих зданий в РФ в 2006-2014 гг.;
- Рисунок 357. Средняя площадь и средний объем коммерческих зданий, введенных в России в 2006-2014 гг.;
- Рисунок 358. Площадь и количество введенных в эксплуатацию промышленных зданий в России в 2006-2014 гг.;
- Рисунок 359. Динамика объемов ввода коммерческих зданий и торговых центров в РФ в 2006-2014 гг., тыс. кв. м.;

- Рисунок 360. Динамика ввода общей площади в торговых центрах в России в 2003-2014 гг. и прогноз на 2015 г., млн. кв. м;
- Рисунок 361. Динамика ввода общей площади в торговых центрах по 32 городам и регионам России в 2004-2014, тыс. кв. м;
- Рисунок 362. Динамика ввода общей площади в ТЦ и ТРК по 30 городам РФ в 2007-2014 гг., тыс. кв. м;
- Рисунок 363. Динамика ввода площадей в ТЦ и ТРК по 30 городам РФ в 2007-2014 гг., кв. м на тыс. чел.;
- Рисунок 364. Динамика объема предложения общих площадей в ТЦ и ТРЦ в 2007-2014 гг. по 30 городам РФ, кв. м на тыс. чел.;
- Рисунок 365. Динамика объема предложения общих площадей в ТЦ и ТРЦ в 2007-2014 гг. по 30 городам РФ, кв. м на тыс. чел.;
- Рисунок 366. Динамика ввода площадей в ТЦ и ТРК в городах I квартанта нарастающим итогом, кв. м на тыс. чел.;
- Рисунок 367. Динамика ввода площадей в ТЦ и ТРК в городах II квартанта нарастающим итогом, кв. м на тыс. чел.;
- Рисунок 368. Динамика ввода площадей в ТЦ и ТРК в городах III квартанта нарастающим итогом, кв. м на тыс. чел.;
- Рисунок 369. Динамика ввода площадей в ТЦ и ТРК в городах IV квартанта нарастающим итогом, кв. м на тыс. чел.;
- Рисунок 370. Динамика ставок аренды для якорных арендаторов в ТЦ Москвы в 2007-2014 гг., долл./кв. м/год;
- Рисунок 371. Динамика ставок аренды для неякорных арендаторов в ТЦ Москвы в 2007-2014 гг., долл./кв. м/год;
- Рисунок 372. Динамика ввода общей площади в торговых центрах в России в 2003-2014 гг. и прогноз до 2018 г., млн. кв. м;
- Рисунок 373. Динамика ввода общей площади в торговых центрах в 30 городах и 2 регионах РФ в 2004-2014 гг. и прогноз до 2018 год, млн. кв. м.;
- Рисунок 374. Динамика ввода общей площади в торговых центрах по 32 городам и регионам России в 2004-2014 гг. и прогноз на 2015 год, тыс. кв. м.;
- Рисунок 375. Структура предложения торговых площадей крупнейших 30 владельцев торговой недвижимости России по регионам по итогам 2014 года, %;
- Рисунок 376. Структура оборота розничной торговли России по регионам по итогам 2014 года, %;
- Рисунок 377. Общие и арендопригодные площади торговых центров ТОП-30 собственников торговой недвижимости России по итогам 2014 года, тыс. кв. м.

Таблицы

- Таблица 108. Основные этапы развития формата торговой недвижимости в 1990-х-2015 гг.;
- Таблица 109. Характеристика торговых комплексов "МЕГА".;
- Таблица 110. Арендные ставки в торговых центрах Москвы в 2011-2014 гг.;
- Таблица 111. Арендные ставки в торговых центрах Санкт-Петербурга в 2011-2014 гг.;
- Таблица 112. Крупнейшие ТРЦ России, открытие которых запланировано в 2015 год;
- Таблица 113. Крупнейшие ТРЦ России, открытие которых состоялось в начале 2015 года;
- Таблица 114. Количественные критерии для отнесения объектов к торговым центрам в зависимости от города размещения;
- Таблица 115. Структура INFOLine Developer Russia TOP-30 по типам компаний по состоянию на начало 2015 года;
- Таблица 116. Региональная представленность ТОП-30 собственников торговых центров в РФ по состоянию на начало 2015 года;
- Таблица 117. Ранговый рейтинг ТОП-30 собственников торговой недвижимости России по итогам 2014 года;
- Таблица 118. Рейтинг TOP-30 собственников торговой недвижимости России по общей и арендопригодной площади в 2012-2014 гг.;
- Таблица 119. Прогнозный рейтинг TOP-30 крупнейших собственников торговой недвижимости России на 2015 год;
- Таблица 120. Прогнозный рейтинг TOP-30 крупнейших собственников торговой недвижимости России на 2017 год.

Часть II.

Раздел I. Тенденции развития, динамика и структура розничной торговли России

Графики

- Рисунок 1. Годовая динамика розничного товарооборота в физическом и денежном выражении в 2005-2014 гг., %;
- Рисунок 2. Квартальная динамика розничного товарооборота в физическом и денежном выражении в I кв. 2008 - II кв. 2015 гг., %;
- Рисунок 3. Годовая динамика розничного товарооборота Food в физическом и денежном выражении в 2005-2014 гг. и прогноз на 2015 год, %;
- Рисунок 4. Квартальная динамика розничного товарооборота Food в физическом и денежном выражении в I кв. 2007 - II кв. 2015 гг., %;
- Рисунок 5. Годовая динамика розничного товарооборота Non-Food в физическом и денежном выражении в 2005-2014 гг., %;
- Рисунок 6. Квартальная динамика розничного товарооборота Non-Food в физическом и денежном выражении в I кв. 2008 - II кв. 2015 гг., %;
- Рисунок 7. Динамика оборота розничной торговли по сегментам в 2008-2014 гг. и прогноз до 2018 г., трлн. руб.;
- Рисунок 8. Темпы роста оборота розничной торговли по сегментам в 2012-2014 гг. и прогноз до 2018 г. (в рублевом выражении), %;
- Рисунок 9. Динамика и оборот розничной торговли по сегментам в 2014 году;
- Рисунок 10. Динамика оборота розничной торговли продовольственными товарами в РФ в 2005-2014 гг.;
- Рисунок 11. Динамика оборота розничной торговли продовольственными товарами в РФ в 2005-2014 гг.;
- Рисунок 12. Доля современных форматов и TOP-50 сетей FMCG в обороте розничной торговли продовольственными товарами в 2004-2014 гг., %;
- Рисунок 13. Площади торговых объектов FMCG по видам торговли в России в 2004-2014 гг., 2015-2017 гг. – прогноз, млн. кв. м;
- Рисунок 14. Площади торговых объектов FMCG по видам торговли в России в 2004-2014 гг., 2015-2017 гг. - прогноз, %;
- Рисунок 15. Площади торговых объектов FMCG современных форматов в России в 2004-2014 гг., 2015-2017 гг. - прогноз, млн. кв. м;
- Рисунок 16. Темпы роста площадей объектов FMCG современных форматов в России в 2005-2014 гг., 2015-2017 гг. - прогноз, %;
- Рисунок 17. Площади торговых объектов FMCG традиционных форматов в России в 2004-2014 гг., 2015-2017 гг. - прогноз, млн. кв. м;
- Рисунок 18. Темпы роста площадей объектов FMCG традиционных форматов в России в 2005-2014 гг., 2015-2017 гг. - прогноз, %;
- Рисунок 19. Темпы роста площадей торговых объектов FMCG в России в 2004-2014 гг. (среднегодные) и в 2014 г., %;
- Рисунок 20. Количество объектов FMCG современных форматов в России в 2002-2014 гг., 2015-2017 гг. - прогноз, ед.;
- Рисунок 21. Темпы роста количества объектов FMCG современных форматов в России в 2005-2014 гг., 2015-2017 гг. - прогноз, %;
- Рисунок 22. Количество объектов FMCG традиционных форматов в России в 2004-2014 гг., 2015-2017 гг. - прогноз, тыс. ед.;
- Рисунок 23. Темпы роста количества объектов FMCG традиционных форматов в России в 2005-2014 гг., 2015-2017 гг. - прогноз, %;
- Рисунок 24. Продажи прод. товаров (с НДС) по видам торговых объектов в России в 2004-2014 гг., 2015-2017 гг. - прогноз, млрд. руб.;
- Рисунок 25. Структура продаж прод. товаров (с НДС) по видам торговли в России в 2004-2014 гг., 2015-2017 гг. - прогноз, %;
- Рисунок 26. Выручка от продажи прод. товаров объектов FMCG современных форматов в России в 2004-2014 гг., 2015-2017 гг. - прогноз, млрд. руб.;
- Рисунок 27. Темпы роста выручки от продажи прод. товаров объектов FMCG современных форматов в России в 2005-2014 гг., 2015-2017 гг. - прогноз, %;
- Рисунок 28. Темпы роста выручки от продажи прод. товаров объектов FMCG в России в 2004-2014 гг. (среднегодные в рублевом выражении) и в 2014 г., %;
- Рисунок 29. Выручка от продажи прод. товаров объектов FMCG традиционной торговли в России в 2004-2014 гг., 2015-2017 гг. - прогноз, млрд. руб.;
- Рисунок 30. Темпы роста выручки объектов FMCG традиционных форматов в России в 2005-2014 гг., 2015-2017 гг. - прогноз, %;
- Рисунок 31. Динамика выручки с квадратного метра площади по форматам в 2004-2014 гг., 2015-2017 гг. - прогноз, тыс. руб.;
- Рисунок 32. Темпы роста выручки с квадратного метра площади в рублях по форматам в 2005-2014 гг., 2015-2017 гг. - прогноз, %;
- Рисунок 33. Динамика прироста торговых площадей 130 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в 2008-2014 гг., тыс. кв. м.;
- Рисунок 34. Структура прироста торговых площадей 130 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в 2008-2014 гг., %;
- Рисунок 35. Структура прироста торговых площадей 130 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в 2013 году, %;
- Рисунок 36. Структура прироста торговых площадей 130 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в 2014 году, %;
- Рисунок 37. Динамика прироста торговых площадей 130 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в I пол. 2010-2015 гг., тыс. кв. м.;
- Рисунок 38. Структура прироста торговых площадей 130 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в I пол. 2010-2015 гг., %;
- Рисунок 39. Структура прироста торговых площадей 130 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в I пол. 2014 года, %;
- Рисунок 40. Структура прироста торговых площадей 130 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в I пол. 2015 года, %;
- Рисунок 41. Динамика оборота розничной торговли продовольственными товарами в РФ в 2005-2014 гг. и прогноз до 2018 г. (в руб.);
- Рисунок 42. Структура оборота розничной торговли FMCG по форматам торговли в 2014 году, %;
- Рисунок 43. Структура оборота розничной торговли FMCG по форматам торговли в 2015 году, %;
- Рисунок 44. Структура выручки крупнейших ритейлеров рынка FMCG по виду сети в 2010-2014 гг., %;
- Рисунок 45. Динамика выручки крупнейших отечественных и международных компаний на рынке FMCG;
- Рисунок 46. Среднегодовой темп роста чистой выручки крупнейших ритейлеров FMCG за 2010-2014 гг., %;
- Рисунок 47. Доли сетей в сегменте FMCG в 2013-2014 гг., %;
- Рисунок 48. Выручка с квадратного метра торговой площади сетей рейтинга в сегменте FMCG в 2012-2014 гг., тыс. руб. в год;



- Рисунок 49. Динамика чистого долга TOP-7 ритейлеров FMCG России в 2012-2014 гг., млрд. руб.;
- Рисунок 50. Динамика отношение Чистый долг/ EBITDA TOP-7 ритейлеров FMCG России в 2012-2014 гг.;
- Рисунок 51. Динамика прироста торговых площадей (без учета ритейлеров, сокративших площади) сетей рейтинга сегмента FMCG в 2012-I пол. 2015гг, тыс. кв. м;
- Рисунок 52. Структура прироста торговых площадей (без учета закрытий) сетей сегмента FMCG в 2012-I пол. 2015гг., %;
- Рисунок 53. Структура fashion рынка по сегментам в 2014 г., %;
- Рисунок 54. Динамика емкости fashion рынка России в 2011-2014 гг. и прогноз на 2015 г., млрд. руб.;
- Рисунок 55. Динамика оборота розничной торговли одеждой и аксессуарами в РФ в 2005-2014 гг.;
- Рисунок 56. Динамика оборота розничной торговли одеждой и аксессуарами в РФ в 2005-2014 гг.;
- Рисунок 57. Доля отдельных групп непродовольственных товаров в обороте розничной торговли в России в 2008-I пол. 2015 гг., %;
- Рисунок 58. Доля отдельных групп непродовольственных товаров в обороте розничной торговли в России в 2008-I пол. 2015 гг. в денежном выражении, млрд. руб.;
- Рисунок 59. Динамика оборота розничной торговли товарами fashion-сегмента в 2008-I пол. 2015 гг. в физическом выражении, %;
- Рисунок 60. Темп роста розничной торговли товарами fashion-сегмента в денежном выражении в 2008-I пол. 2015 гг., %;
- Рисунок 61. Объем рынка одежды и обуви по сегментам в 2014-2015 гг.;
- Рисунок 62. Структура интернет-продаж на fashion рынке в 2014 г., %;
- Рисунок 63. Динамика интернет-продаж на рынке fashion в 2010-2014 гг., млрд. руб.;
- Рисунок 64. Структура рынка fashion в 2010-2014 гг., %;
- Рисунок 65. Динамика рынка fashion в 2010-2014 гг., млрд. руб.;
- Рисунок 66. Уровень концентрации сетевого ритейла в сегменте одежды в 2014 г.;
- Рисунок 67. Уровень концентрации сетевого ритейла в сегменте обуви в 2014 г.;
- Рисунок 68. Уровень концентрации сетевого ритейла в сегменте спорт в 2014 г.;
- Рисунок 69. Динамика оборота розничной торговли одеждой и аксессуарами в РФ в 2005-2014 гг. и прогноз до 2018 г.;
- Рисунок 70. Динамика оборота розничной торговли обувью в РФ в 2011-2014 гг. и прогноз до 2018 г.;
- Рисунок 71. Динамика оборота розничной торговли спортивными товарами в РФ в 2011-2014 гг. и прогноз до 2018 г.;
- Рисунок 72. Структура fashion рынка по ценовым сегментам в 2014 г., %;
- Рисунок 73. Структура выручки крупнейших ритейлеров рынка fashion по виду сети в 2010-2014 гг., %;
- Рисунок 74. Динамика выручки крупнейших отечественных и международных компаний на рынке fashion в 2010-2014 гг., млрд. руб.;
- Рисунок 75. Структура выручки крупнейших ритейлеров сегмента "Одежда и аксессуары" по виду сети в 2010-2014 гг., %;
- Рисунок 76. Динамика выручки крупнейших отечественных и международных компаний сегмента "Одежда и аксессуары" в 2010-2014 гг., млрд. руб.;
- Рисунок 77. Среднегодовой темп роста чистой выручки крупнейших ритейлеров сегмента "Одежда и аксессуары" за 2010-2014 гг., %;
- Рисунок 78. Доли сетей рейтинга в сегменте "Одежда и аксессуары" в 2013-2014 гг., %;
- Рисунок 79. Анализ темпов роста выручки и торговых площадей крупнейших ритейлеров рынка сегмента "Одежда и аксессуары" (размер области определяется величиной выручки по итогам 2014 года);
- Рисунок 80. Выручка с квадратного метра торговой площади сетей сегмента "Одежда и аксессуары" в 2012-2014 гг., тыс. руб.;
- Рисунок 81. Показатель EBITDA ритейлеров сегмента "Одежда и аксессуары" в 2013-2014 гг.;
- Рисунок 82. Показатель "Чистый долг" ритейлеров сегмента "Одежда и аксессуары" в 2013-2014 гг.;
- Рисунок 83. Прирост количества собственных и франчайзинговых магазинов сетей сегмента "Одежда и аксессуары" в 2010-2015 гг., ед.;
- Рисунок 84. Динамика количества собственных и франчайзинговых магазинов сетей "Одежда и аксессуары", вошедших в TOP-100 в 2013 году, в 2008-2014 гг., ед.;
- Рисунок 85. Динамика количества франчайзинговых магазинов на 1000 собственных магазинов сегмента "Одежда и аксессуары" в 2010-2014 гг.;
- Рисунок 86. Динамика прироста торговых площадей сетей сегмента "Одежда и аксессуары" в 2010-I пол. 2015 гг., тыс. кв. м;
- Рисунок 87. Структура прироста торговых площадей сетей сегмента "Одежда и аксессуары" в 2010- I пол. 2015 гг., %;
- Рисунок 88. Анализ темпов роста выручки на одного сотрудника крупнейших ритейлеров в сегменте "Одежда и аксессуары" (размер области определяется величиной выручки по итогам 2014 года);
- Рисунок 89. Прирост торговой площади крупнейших сетей сегмента "Одежда и аксессуары" по федеральным округам РФ в I пол. 2015 г.;
- Рисунок 90. Прирост магазинов крупнейших сетей сегмента "Одежда и аксессуары" по федеральным округам РФ в I пол. 2015 г., ед.;
- Рисунок 91. Количество магазинов крупнейших сетей сегмента "Одежда и аксессуары" по регионам присутствия на 01.07.2015 г., ед.;
- Рисунок 92. Прирост торговой площади крупнейших сетей сегмента "Одежда и аксессуары" по Москве, Московской области, Санкт-Петербургу и Ленинградской области в I пол. 2015 г., тыс. кв. м.;
- Рисунок 93. Прирост торговой площади крупнейших сетей сегмента "Одежда и аксессуары" по регионам присутствия в I пол. 2015 г., тыс. кв. м.;
- Рисунок 94. Торговая площадь магазинов крупнейших сетей сегмента "Одежда и аксессуары" по регионам присутствия на 01.07.2015 г. на 1 тыс. жителей;
- Рисунок 95. Среднегодовой темп роста чистой выручки крупнейших ритейлеров сегмента "Обувь" за 2010-2014 гг., %;
- Рисунок 96. Доли сетей рейтинга в сегменте "Обувь" в 2013-2014 гг., %;
- Рисунок 97. Анализ темпов роста выручки и торговых площадей крупнейших ритейлеров в сегменте "Обувь" (размер области определяется величиной выручки по итогам 2014 года);
- Рисунок 98. Выручка с квадратного метра торговой площади сетей сегмента "Обувь" 2012-2014 гг., тыс. руб.;
- Рисунок 99. Показатель EBITDA и рентабельности по EBITDA основных операционных компаний сетей сегмента "Обувь" в 2012-2014 гг.;
- Рисунок 100. Показатель "Чистый долг" основных операционных компаний сегмента "Обувь" в 2013-2014 гг.;
- Рисунок 101. Прирост количества собственных и франчайзинговых магазинов сетей сегмента "Обувь" в 2010 - I пол.2015 гг., ед.;
- Рисунок 102. Динамика количества собственных и франчайзинговых магазинов сетей сегмента "Обувь" в 2010 -I пол. 2015 гг., ед.;
- Рисунок 103. Динамика количества франчайзинговых магазинов на 1000 собственных магазинов сегмента "Обувь" в 2010-2015 гг.;
- Рисунок 104. Структура прироста торговых площадей сетей сегмента "Обувь" в 2010-I пол.2015 гг., %;
- Рисунок 105. Динамика прироста торговых площадей сетей сегмента "Обувь" в 2010-I пол.2015 гг., тыс. кв. м.;
- Рисунок 106. Анализ темпов роста выручки на одного сотрудника крупнейших ритейлеров в сегменте "Обувь" (размер области определяется величиной выручки по итогам 2014 года);
- Рисунок 107. Прирост торговой площади крупнейших сетей сегмента "Обувь" по федеральным округам РФ;
- Рисунок 108. Прирост магазинов крупнейших сетей сегмента "Обувь" по федеральным округам РФ в I пол. 2015 г., ед.;
- Рисунок 109. Количество магазинов крупнейших сетей сегмента "Обувь" по регионам присутствия на 01.07.2015 г., ед.;
- Рисунок 110. Прирост торговой площади крупнейших сетей сегмента "Обувь" по Москве, Московской области, Санкт-Петербургу и Ленинградской области в I пол. 2015 г., тыс. кв. м.;
- Рисунок 111. Прирост торговой площади крупнейших сетей сегмента "Обувь" по регионам присутствия в I пол. 2015 г., тыс. кв. м.;
- Рисунок 112. Торговая площадь магазинов крупнейших сетей сегмента "Обувь" по регионам присутствия на 01.07.2015 г. на 1 тыс. жителей;
- Рисунок 113. Структура выручки крупнейших ритейлеров сегмента "Спорт" по виду сети в 2010-2014 гг., %;
- Рисунок 114. Динамика выручки крупнейших отечественных и международных компаний сегмента "Спорт" в 2010-2014 гг., млрд. руб.;
- Рисунок 115. Среднегодовой темп роста чистой выручки крупнейших ритейлеров сегмента "Спорт" за 2010-2014 гг., %;
- Рисунок 116. Доли сетей рейтинга в сегменте "Спорт" в 2013-2014 гг., %;
- Рисунок 117. Анализ темпов роста выручки и торговых площадей крупнейших ритейлеров в сегменте "Спорт" (размер области определяется величиной выручки по итогам 2014 года);
- Рисунок 118. Выручка с квадратного метра торговой площади сетей сегмента "Спорт" 2012-2014 гг., тыс. руб.;
- Рисунок 119. Показатель EBITDA ритейлеров сегмента "Спорт" в 2013-2014 гг.;
- Рисунок 120. Показатель "Чистый долг" ритейлеров сегмента "Спорт" в 2013-2014 гг.;
- Рисунок 121. Прирост количества собственных и франчайзинговых магазинов сетей сегмента "Спорт" в 2010- I пол. 2015 гг., ед.;
- Рисунок 122. Динамика количества собственных и франчайзинговых магазинов сетей сегмента "Спорт" в 2010- I пол. 2015 гг., ед.;
- Рисунок 123. Динамика количества франчайзинговых магазинов на 1000 собственных магазинов сегмента "Спорт" в 2010-2015 гг.;
- Рисунок 124. Структура прироста торговых площадей сетей сегмента "Спорт" в 2010-2015 гг., %;
- Рисунок 125. Динамика прироста торговых площадей сетей сегмента "Спорт" в 2010- 2015 гг., тыс. кв. м.;
- Рисунок 126. Анализ темпов роста выручки на одного сотрудника крупнейших ритейлеров рынка "Fashion" в сегменте "Спорт" (размер области определяется величиной выручки по итогам 2014 года);
- Рисунок 127. Прирост торговой площади крупнейших сетей сегмента "Спорт" по федеральным округам РФ;

- Рисунок 128. Прирост магазинов крупнейших сетей сегмента "Спорт" по федеральным округам РФ в I пол. 2015 г., ед.;
- Рисунок 129. Количество магазинов крупнейших сетей сегмента "Спорт" по регионам присутствия на 01.07.2015 г., ед.;
- Рисунок 130. Прирост торговой площади крупнейших сетей сегмента "Спорт" по Москве, Московской области, Санкт-Петербургу и Ленинградской области в I пол. 2015 г., тыс. кв. м.;
- Рисунок 131. Прирост торговой площади крупнейших сетей сегмента "Спорт" по регионам присутствия в I пол. 2015 г., тыс. кв. м.;
- Рисунок 132. Торговая площадь магазинов крупнейших сетей сегмента "Спорт" по регионам присутствия на 01.07.2015 г. на 1 тыс. жителей.;
- Рисунок 133. Динамика оборота розничной торговли DIY&Household в РФ в 2005-2014 гг.;
- Рисунок 134. Динамика оборота розничной торговли DIY&Household в РФ в 2005-2014 гг.;
- Рисунок 135. Структура рынка DIY&Household России в 2005-2014 гг., %;
- Рисунок 136. Динамика оборота розничной торговли DIY&Household в РФ в 2005-2014 гг., млрд. руб.;
- Рисунок 137. Динамика оборота розничной торговли мебелью в РФ в 2005-2014 гг.;
- Рисунок 138. Динамика оборота розничной торговли мебелью в РФ в 2005-2014 гг.;
- Рисунок 139. Доля отдельных групп непродовольственных товаров в обороте розничной торговли в России в 2008- I пол. 2015 гг., %;
- Рисунок 140. Доля отдельных групп непродовольственных товаров в обороте розничной торговли в России в 2008-I пол. 2015 гг. в денежном выражении, млрд. руб.;
- Рисунок 141. Динамика оборота розничной торговли товарами сегмента DIY и мебель в 2008 - I пол. 2015 гг. в физическом выражении, %;
- Рисунок 142. Темп роста розничной торговли товарами сегмента DIY и мебель в денежном выражении в 2008-I пол. 2015 гг., %;
- Рисунок 143. Изменение торговых площадей операторов DIY России в 2009-2014 гг.;
- Рисунок 144. Динамика сетевой торговли DIY в России в 2009-2014 гг., млрд. руб. без НДС.;
- Рисунок 145. Динамика доли сетевой торговли DIY в России в 2009-2014 гг., %;
- Рисунок 146. Уровень концентрации сетевого ритейла в сегменте DIY&Household в 2014 г.;
- Рисунок 147. Уровень концентрации сетевого ритейла в сегменте мебель в 2014 г.;
- Рисунок 148. Динамика оборота розничной торговли DIY&Household в РФ в 2005-2014 гг. и прогноз до 2018 г.;
- Рисунок 149. Динамика оборота розничной торговли мебелью в РФ в 2008-2014 гг. и прогноз до 2018 г.;
- Рисунок 150. Частота покупки мебели/аксессуаров для дома, %;
- Рисунок 151. Структура выручки крупнейших ритейлеров рынка "DIY&Household и Мебель" по виду сети в 2010-2014 гг., %;
- Рисунок 152. Динамика выручки крупнейших отечественных и международных компаний на рынке "DIY&Household и Мебель" в 2010-2014 гг., млрд. руб.;
- Рисунок 153. Среднегодовой темп роста чистой выручки крупнейших ритейлеров сегмента DIY за 2010-2014 гг., %;
- Рисунок 154. Анализ темпов роста выручки и торговых площадей крупнейших ритейлеров сегмента DIY (размер области определяется величиной выручки по итогам 2014 года);
- Рисунок 155. Доли сетей рейтинга на рынке DIY в 2013-2014 гг., %;
- Рисунок 156. Выручка с кв. м торговой площади сетей сегмента DIY в 2012-2014 гг., тыс. руб./кв. м.;
- Рисунок 157. Показатель EBITDA ритейлеров сегмента DIY в 2013-2014 гг.;
- Рисунок 158. Показатель EBITDA ритейлеров сегмента DIY в 2013-2014 гг.;
- Рисунок 159. Структура прироста торговых площадей сетей сегмента DIY в 2010-2015 гг., %;
- Рисунок 160. Динамика прироста торговых площадей сетей сегмента DIY в 2010- 2015 гг., тыс. кв. м.;
- Рисунок 161. Насыщенность количеством сотрудников торговых площадей и выручка на одного сотрудника в тыс. руб. (размер области определяется величиной выручки по итогам 2014 года);
- Рисунок 162. Прирост торговой площади крупнейших сетей сегмента DIY по федеральным округам РФ в I пол. 2015 г.;
- Рисунок 163. Прирост магазинов крупнейших сетей сегмента DIY по федеральным округам РФ в I пол. 2015 г., ед.;
- Рисунок 164. Количество магазинов крупнейших сетей сегмента DIY по регионам присутствия на 01.07.2015 г., ед.;
- Рисунок 165. Прирост торговой площади крупнейших сетей сегмента DIY по Москве, Московской области, Санкт-Петербургу и Ленинградской области в I пол. 2015 г., тыс. кв. м.;
- Рисунок 166. Прирост торговой площади крупнейших сетей сегмента DIY по регионам присутствия в I пол. 2015 г., тыс. кв. м.;
- Рисунок 167. Торговая площадь магазинов крупнейших сетей сегмента DIY по регионам присутствия на 01.07.2015 г. на 1 тыс. жителей.;
- Рисунок 168. Среднегодовой темп роста чистой выручки крупнейших ритейлеров "Household и мебель" за 2010-2014 гг., %;
- Рисунок 169. Анализ темпов роста выручки и торговых площадей, крупнейших ритейлеров сегмента "Household и Мебель" (размер области определяется величиной выручки по итогам 2014 года);
- Рисунок 170. Доли сетей рейтинга на рынке Household в 2013-2014 гг., %;
- Рисунок 171. Доли крупнейших сетей сегмента "Мебель" в 2013-2014 гг., %;
- Рисунок 172. Выручка с кв. м торговой площади сетей сегмента "Мебель" в 2012-2014 гг., тыс. руб./кв. м.;
- Рисунок 173. Выручка с кв. м торговой площади сетей сегмента Household в 2012-2014 гг., тыс. руб./кв. м.;
- Рисунок 174. Показатель EBITDA ритейлеров сегмента "Household и мебель" в 2013-2014 гг.;
- Рисунок 175. Показатель "Чистый долг" ритейлеров сегмента "Household и мебель" в 2013-2014 гг.;
- Рисунок 176. Структура прироста торговых площадей сетей сегмента "Household и мебель" в 2010 - I пол. 2015 гг., %;
- Рисунок 177. Динамика прироста торговых площадей сетей сегмента "Household и мебель" в 2010 - I пол. 2015 гг., тыс. кв. м.;
- Рисунок 178. Прирост торговой площади крупнейших сетей сегмента "Household и мебель" по федеральным округам РФ в I пол. 2015 г.;
- Рисунок 179. Прирост магазинов крупнейших сетей сегмента "Household и мебель" по федеральным округам РФ в I пол. 2015 г., ед.;
- Рисунок 180. Количество магазинов крупнейших сетей сегмента Household по регионам присутствия на 01.07.2015 г., ед.;
- Рисунок 181. Количество магазинов крупнейших сетей сегмента "Мебель" по регионам присутствия на 01.07.2015 г., ед.;
- Рисунок 182. Прирост торговой площади крупнейших сетей сегмента Household по регионам присутствия в I пол. 2015 г., тыс. кв. м.;
- Рисунок 183. Прирост торговой площади крупнейших сетей сегмента "Мебель" по регионам присутствия в I пол. 2015 г., тыс. кв. м.;
- Рисунок 184. Торговая площадь магазинов крупнейших сетей сегмента "Household и мебель" по регионам присутствия на 01.07.2015 г. на 1 тыс. жителей.;
- Рисунок 185. Показатели роста продаж ритейлеров рынка БиКТ в декабре 2014 года, %;
- Рисунок 186. Динамика оборота розничной торговли БиКТ в РФ в 2006-2014 гг.;
- Рисунок 187. Динамика оборота розничной торговли БиКТ в РФ в 2006-2014 гг.;
- Рисунок 188. Структура продаж БиКТ по основным сегментам в 2008-I пол. 2015 гг., %;
- Рисунок 189. Динамика оборота розничной торговли БиКТ по видам товаров в 2008-I пол. 2015 гг., млрд. руб.;
- Рисунок 190. Динамика оборота розничной торговли БиКТ по видам товаров в 2008-I пол. 2015 гг., %;
- Рисунок 191. Доля отдельных групп непродовольственных товаров в обороте розничной торговли в России в 2008-I пол. 2015 гг., %;
- Рисунок 192. Доля отдельных групп непродовольственных товаров в обороте розничной торговли в России в 2008-I пол. 2015 гг. в денежном выражении, млрд. руб.;
- Рисунок 193. Динамика оборота розничной торговли товарами сегмента БиКТ в 2008- I пол. 2015 гг. в физическом выражении, %;
- Рисунок 194. Темп роста розничной торговли товарами сегмента БиКТ в денежном выражении в 2008 - I пол. 2015 гг., %;
- Рисунок 195. Динамика объема интернет-торговли в сегменте "Бытовая и компьютерная техника" в 2008-2014 гг.;
- Рисунок 196. Динамика объема рынка "Бытовой и компьютерной техники" и доля интернет-торговли на нем в 2008-2014 гг.;
- Рисунок 197. Структура рынка БиКТ в 2010-2014 гг., %;
- Рисунок 198. Динамика рынка БиКТ в 2010-2014 гг., млрд. руб.;
- Рисунок 199. Уровень концентрации сетевого ритейла в сегменте БиКТ в 2014 г.;
- Рисунок 200. Динамика оборота розничной торговли БиКТ в РФ в 2006-2014 гг., и прогноз до 2018 г.;
- Рисунок 201. Структура выручки крупнейших ритейлеров рынка "Бытовая и компьютерная техника" по виду сети в 2010-2014 гг., %;
- Рисунок 202. Динамика выручки крупнейших отечественных и международных компаний на рынке "Бытовая и компьютерная техника" в 2010-2014 гг., млрд. руб.;
- Рисунок 203. Среднегодовой темп роста чистой выручки крупнейших ритейлеров сегмента "Бытовая и компьютерная техника" в 2010-2014 гг., %;
- Рисунок 204. Доли крупнейших сетей на рынке "Бытовая и компьютерная техника" в 2013-2014 гг., %;
- Рисунок 205. Анализ темпов роста выручки и торговых площадей крупнейших ритейлеров сегмента "Бытовая и компьютерная техника" (размер области определяется величиной выручки в 2014 году);
- Рисунок 206. Выручка с квадратного метра торговой площади сетей рейтинга в сегменте "Бытовая и компьютерная техника" в 2012-2014 гг., тыс. руб.;
- Рисунок 207. Показатели EBITDA ритейлеров сегмента "Бытовая и компьютерная техника" в 2013-2014 гг.;
- Рисунок 208. Показатель Чистый долг ритейлеров сегмента "Бытовая и компьютерная техника" в 2013-2014 гг.;

- Рисунок 209. Количество собственных и франчайзинговых магазинов крупнейших сетей сегмента "Бытовая и компьютерная техника" в 2010-I пол. 2015 гт., ед.;
- Рисунок 210. Прирост количества собственных и франчайзинговых магазинов сетей рейтинга "Бытовая и компьютерная техника" в 2011-I пол. 2015 гт., ед.;
- Рисунок 211. Динамика количества франчайзинговых магазинов на 1000 собственных магазинов сегмента "Бытовая и компьютерная техника" в 2010-I пол. 2015 гт.;
- Рисунок 212. Динамика прироста торговых площадей крупнейших сетей сегмента "Бытовая и компьютерная техника" (без учета операторов, сокративших площади) в 2010-I пол. 2015 гт., тыс. кв. м.;
- Рисунок 213. Структура прироста крупнейших торговых площадей сетей сегмента "Бытовая и компьютерная техника" в 2010-I пол. 2015 гт., %;
- Рисунок 214. Количество сотрудников на единицу площади и выручка на одного сотрудника в млн. руб. (размер области определяется величиной выручки в 2014 году);
- Рисунок 215. Прирост торговой площади крупнейших сетей сегмента "Бытовая и компьютерная техника" по федеральным округам РФ в I пол. 2015 г.;
- Рисунок 216. Прирост магазинов крупнейших сетей сегмента "Бытовая и компьютерная техника" по федеральным округам РФ в I пол. 2015 г., ед.;
- Рисунок 217. Количество магазинов крупнейших сетей сегмента "Бытовая и компьютерная техника" по регионам присутствия на 01.07.2015 г., ед.;
- Рисунок 218. Прирост торговой площади крупнейших сетей сегмента "Бытовая и компьютерная техника" по Москве, Московской области, Санкт-Петербургу, Ленинградской области в I пол. 2015 г., ед.;
- Рисунок 219. Прирост торговой площади крупнейших сетей сегмента "Бытовая и компьютерная техника" по регионам присутствия в I пол. 2015 г., ед.;
- Рисунок 220. Торговая площадь магазинов крупнейших сетей сегмента "Бытовая и компьютерная техника" по регионам присутствия на 01.07.2015 г. на 1 тыс. жителей;
- Рисунок 221. Динамика оборота розничной торговли мобильными устройствами в РФ в 2008-2014 гт.;
- Рисунок 222. Динамика оборота розничной торговли мобильными устройствами в РФ в 2008-2014 гт.;
- Рисунок 223. Динамика продаж рынка смартфонов;
- Рисунок 224. Динамика продаж смартфонов на рынке России в 2010-2014 гт., млрд. руб.;
- Рисунок 225. Уровень концентрации сетевого ритейла в сегменте мобильных устройств в 2014 г.;
- Рисунок 226. Динамика оборота розничной торговли мобильными устройствами в РФ в 2008-2014 гт. и прогноз до 2018 г.;
- Рисунок 227. Структура рынка смартфонов по ценовым сегментам в общем количестве проданных смартфонов в I пол.2014-I пол.2015 гт., %;
- Рисунок 228. Среднегодовой темп роста чистой выручки крупнейших ритейлеров сегмента "Мобильные устройства" за 2009-2014 гт., %;
- Рисунок 229. Анализ темпов роста выручки и торговых площадей, крупнейших ритейлеров сегмента "Мобильные устройства" (размер области определяется величиной выручки по итогам 2014 года);
- Рисунок 230. Доли сетей рейтинга в сегменте "Мобильные устройства" в 2014 г., %;
- Рисунок 231. Выручка с квадратного метра торговой площади сетей рейтинга в сегменте "Мобильные устройства" в 2012-2014 гт., тыс. руб.;
- Рисунок 232. Показатель ЕВГТДА ритейлеров сегмента "Мобильные устройства" в 2013-2014 гт.;
- Рисунок 233. Показатель "Чистый долг" ритейлеров сегмента "Мобильные устройства" в 2013-2014 гт.;
- Рисунок 234. Прирост количества собственных и франчайзинговых магазинов сетей сегмента "Мобильные устройства" в 2011-I пол.2015 гт., ед.;
- Рисунок 235. Динамика количества собственных и франчайзинговых магазинов сетей сегмента "Мобильные устройства" в 2011-I пол.2015 гт., ед.;
- Рисунок 236. Количество торговых объектов сетей сегмента "Мобильные устройства" на 01.01.2015 г., ед.;
- Рисунок 237. Количество торговых объектов сетей сегмента "Мобильные устройства" на 01.07.2015 г., ед.;
- Рисунок 238. Динамика количества франчайзинговых магазинов на 1000 собственных магазинов сегмента "Мобильные устройства" в 2011-I пол.2015 гт., ед.;
- Рисунок 239. Торговая площадь собственных и франчайзинговых сетей рейтинга сегмента "Мобильные устройства" на 01.01.2015 г. тыс. кв. м.;
- Рисунок 240. Торговая площадь собственных и франчайзинговых сетей рейтинга сегмента "Мобильные устройства" на 01.07.2015 г. тыс. кв. м.;
- Рисунок 241. Структура прироста торговых площадей сетей сегмента "Мобильные устройства" в 2010-I пол. 2015 гт., %;
- Рисунок 242. Динамика прироста торговых площадей сетей рейтинга сегмента "Мобильные устройства" (без учета сокративших площади операторов) в 2010-I пол. 2015 гт., тыс. кв. м.;
- Рисунок 243. Количество сотрудников на единицу площади и выручка на одного сотрудника крупнейших ритейлеров сегмента "мобильные устройства" (размер области определяется величиной выручки по итогам 2014 года);
- Рисунок 244. Динамика оборота аптечного ритейла в РФ в 2006-2014 гт.;
- Рисунок 245. Динамика оборота аптечного ритейла в РФ в 2006-2014 гт.;
- Рисунок 246. Динамика фармацевтического рынка России в 2008-2014 гт. по сегментам, млрд. руб.;
- Рисунок 247. Структура фармацевтического рынка России в 2008-2014 гт. по сегментам, млрд. руб.;
- Рисунок 248. Структура аптечного рынка в 2010-2014 гт., %;
- Рисунок 249. Динамика аптечного рынка в 2010-2014 гт., млрд. руб.;
- Рисунок 250. Уровень концентрации сетевого ритейла в аптечном сегменте в 2014г.;
- Рисунок 251. Динамика оборота аптечного ритейла в РФ в 2006-2014 гт. и прогноз до 2018 г.;
- Рисунок 252. Анализ темпов роста выручки и торговых площадей крупнейших ритейлеров сегмента "Аптеки" (размер области определяется величиной выручки по итогам 2014 года);
- Рисунок 253. Анализ темпов роста выручки и торговых площадей аптечных ассоциаций (размер области определяется величиной выручки по итогам 2014 года);
- Рисунок 254. Среднегодовой темп роста чистой выручки крупнейших ритейлеров сегмента "Аптеки" в 2012-2014 гт., %;
- Рисунок 255. Доли сетей сегмента "Аптеки" в коммерческом сегменте фармацевтического рынка в 2013-2014 гт., %;
- Рисунок 256. Выручка с квадратного метра торговой площади сетей рейтинга в сегменте "Аптеки" в 2012-2014 гт., тыс. руб.;
- Рисунок 257. Выручка с квадратного метра торговой площади аптечных ассоциаций в 2012-2014 гт., тыс. руб.;
- Рисунок 258. Показатели ЕВГТДА ритейлеров сегмента "Аптеки" в 2014 году;
- Рисунок 259. Показатель "Чистый долг" ритейлеров сегмента "Аптеки" в 2014 году;
- Рисунок 260. Прирост количества собственных и франчайзинговых аптек в 2011-I пол. 2015 гт., ед.;
- Рисунок 261. Динамика количества собственных и франчайзинговых аптек в 2010-I пол. 2015 гт., ед.;
- Рисунок 262. Динамика количества франчайзинговых аптек на 1000 собственных аптек в 2010-I пол.2015 гт.;
- Рисунок 263. Динамика прироста торговых площадей сетей рейтинга аптечного сегмента (без учета операторов, сокративших площади) в 2012-I пол.2015 гт., тыс. кв. м.;
- Рисунок 264. Структура прироста торговых площадей сетей аптечного сегмента в 2013-I пол.2015 гт., %;
- Рисунок 265. Динамика оборота розничной торговли детскими товарами в РФ в 2008-2014 гт.;
- Рисунок 266. Динамика оборота розничной торговли детскими товарами в РФ в 2008-2014 гт.;
- Рисунок 267. Динамика родившихся детей в России в 2000-2014 гт.;
- Рисунок 268. Динамика количества детей в России по возрастным группам в 2002-2014 гт., млн. чел.;
- Рисунок 269. Динамика объема рынка детских товаров в 2008-2014 гт. по категориям, млрд. руб.;
- Рисунок 270. Структура рынка детских товаров в 2008-2014 гт., %;
- Рисунок 271. Структура рынка детских товаров в 2010-2014 гт., %;
- Рисунок 272. Динамика рынка детских товаров в 2010-2014 гт., млрд. руб.;
- Рисунок 273. Уровень концентрации сетевого ритейла в сегменте детских товаров в 2014 г.;
- Рисунок 274. Динамика оборота розничной торговли детскими товарами в РФ в 2008-2014 гт. и прогноз до 2018 г.;
- Рисунок 275. Среднегодовой темп роста чистой выручки крупнейших ритейлеров "Детские товары" в 2010-2014 гт., %;
- Рисунок 276. Анализ темпов роста выручки и торговых площадей крупнейших ритейлеров сегмента "Детские товары" (размер области определяется величиной выручки по итогам 2014 года);
- Рисунок 277. Доли крупнейших сетей рейтинга в сегменте "Детские товары" в 2013-2014 гт., %;
- Рисунок 278. Выручка с квадратного метра торговой площади сетей рейтинга в сегменте "Детские товары" в 2012-2014 гт., тыс. руб.;
- Рисунок 279. Показатели ЕВГТДА ритейлеров сегмента "Детские товары" в 2013-2014 гт.;
- Рисунок 280. Показатель Чистый долг ритейлеров сегмента "Детские товары" в 2013-2014 гт.;
- Рисунок 281. Динамика прироста торговых площадей крупнейших сетей сегмента "Детские товары" (без учета операторов, сокративших площади) в 2012-I пол. 2015 гт., тыс. кв. м.;
- Рисунок 282. Структура прироста торговых площадей сетей сегмента "Детские товары" в 2012-I пол. 2015 гт., %;
- Рисунок 283. Количество сотрудников на единицу площади и выручка на одного сотрудника в млн. руб. (размер области определяется величиной выручки по итогам 2014 года);

- Рисунок 284. Прирост торговой площади крупнейших сетей сегмента "Детские товары" по федеральным округам РФ;
- Рисунок 285. Прирост магазинов крупнейших сетей сегмента "Детские товары" по федеральным округам РФ в I пол. 2015 г., ед.;
- Рисунок 286. Количество магазинов крупнейших сетей сегмента "Детские товары" по регионам присутствия на 01.07.2015 г., ед.;
- Рисунок 287. Прирост торговой площади крупнейших сетей сегмента "Детские товары" по Москве, Московской области, Санкт-Петербургу, Ленинградской области в I пол. 2015 г., ед.;
- Рисунок 288. Прирост торговой площади крупнейших сетей сегмента "Детские товары" по регионам присутствия в I пол. 2015 г., ед.;
- Рисунок 289. Торговая площадь магазинов крупнейших сетей сегмента "Детские товары" по регионам присутствия на 01.07.2015 г. на 1 тыс. жителей;
- Рисунок 290. Динамика оборота розничной торговли парфюмерно-косметическими товарами в РФ в 2005-2014 гг. и прогноз до 2018 г., млрд. руб.;
- Рисунок 291. Динамика оборота розничной торговли парфюмерно-косметическими товарами в РФ в 2005-2014 гг., млрд. долл.;
- Рисунок 292. Структура рынка косметики и парфюмерии в 2010-2014 гг., %;
- Рисунок 293. Динамика рынка косметики и парфюмерии в 2010-2014 гг., млрд. руб.;
- Рисунок 294. Уровень концентрации сетевого ритейла в сегменте косметики в 2014 г.;
- Рисунок 295. Динамика количества распространителей косметики по каналу прямых продаж в 1998-2014 гг., тыс. чел.;
- Рисунок 296. Прогноз структуры рынка косметики России по сегментам в 2015 г., %;
- Рисунок 297. Доля отдельных групп непродовольственных товаров в обороте розничной торговли в России в 2008- I пол. 2015 гг., %;
- Рисунок 298. Доля отдельных групп непродовольственных товаров в обороте розничной торговли в России в 2008- I пол. 2015 гг. в денежном выражении, млрд. руб.;
- Рисунок 299. Динамика оборота розничной торговли товарами сегмента косметика и дрогери в 2008-I пол. 2015 гг. в физическом выражении, %;
- Рисунок 300. Темп роста розничной торговли товарами сегмента косметика и дрогери в денежном выражении в 2008 - I пол. 2015 гг., %;
- Рисунок 301. Динамика оборота розничной торговли парфюмерно-косметическими товарами в РФ в 2005-2014 гг. и прогноз до 2018 г., млрд. руб.;
- Рисунок 302. Среднегодовой темп роста чистой выручки крупнейших ритейлеров "Косметика и дрогери" за 2009-2014 гг., %;
- Рисунок 303. Анализ темпов роста выручки и торговых площадей крупнейших ритейлеров сегмента "Косметика и дрогери" (размер области определяется величиной выручки по итогам 2014 года);
- Рисунок 304. Доли сетей рейтинга в сегменте "Косметика и парфюмерия" в 2013-2014 гг., %;
- Рисунок 305. Доли сетей рейтинга в сегменте "Дрогери" в 2013-2014 гг., %;
- Рисунок 306. Выручка с квадратного метра торговой площади сетей рейтинга в сегменте "Косметика и парфюмерия" в 2012-2014 гг., тыс. руб.;
- Рисунок 307. Выручка с квадратного метра торговой площади сетей рейтинга в сегменте "Дрогери" в 2012-2014 гг., тыс. руб.;
- Рисунок 308. Показатель ЕВITDA ритейлеров сегмента "Косметика и дрогери" в 2013-2014 гг.;
- Рисунок 309. Показатель "Чистый долг" ритейлеров сегмента "Косметика и дрогери" в 2013-2014 гг.;
- Рисунок 310. Структура прироста торговых площадей сетей рынка косметики и дрогери в 2010-2015 гг., %;
- Рисунок 311. Динамика прироста торговых площадей сетей рейтинга на рынке косметики и дрогери (без учета операторов, сокративших площади) в 2012-2015 гг., чистый прирост (с учетом закрытий), тыс. кв. м;
- Рисунок 312. Количество сотрудников на единицу площади и выручка на одного сотрудника крупнейших ритейлеров сегмента "Косметика и дрогери" (размер области определяется величиной выручки по итогам 2014 года);
- Рисунок 313. Прирост торговой площади крупнейших сетей сегмента "Косметики и дрогери" по федеральным округам РФ;
- Рисунок 314. Прирост магазинов крупнейших сетей сегмента "Косметика и дрогери" по федеральным округам РФ в I пол. 2015 г., ед.;
- Рисунок 315. Количество магазинов крупнейших сетей сегмента "Дрогери" по регионам присутствия на 01.07.2015 г., ед.;
- Рисунок 316. Количество магазинов крупнейших сетей сегмента "Косметика" по регионам присутствия на 01.07.2015 г., ед.;
- Рисунок 317. Прирост торговой площади крупнейших сетей сегмента "Дрогери" по регионам присутствия в I пол. 2015 г., ед.;
- Рисунок 318. Прирост торговой площади крупнейших сетей сегмента "Косметика" по регионам присутствия в I пол. 2015 г., ед.;
- Рисунок 319. Торговая площадь магазинов крупнейших сетей сегмента "Дрогери" по регионам присутствия на 01.07.2015 г. на 1 тыс. жителей;
- Рисунок 320. Торговая площадь магазинов крупнейших сетей сегмента "Косметика" по регионам присутствия на 01.07.2015 г. на 1 тыс. жителей.

Таблицы

- Таблица 1. Динамика продажи основных продуктов питания в 2014 – I пол. 2015 гг.;
- Таблица 2. Сети, прекратившие деятельность в конце 2014-2015 гг. и находящиеся в стадии банкротства.;
- Таблица 3. Динамика выручки TOP-7 сетей FMCG Росси (без учета НДС) в 2014-2015 гг.;
- Таблица 4. Ранговый рейтинг крупнейших ритейлеров сегмента FMCG по итогам 2014 года;
- Таблица 5. Рейтинг крупнейших ритейлеров в сегменте FMCG России по выручке в 2010-2014 гг., млрд. руб. без НДС;
- Таблица 6. Динамика выручки крупнейших ритейлеров рынка FMCG в I пол. 2014-2015 гг., млрд. руб.;
- Таблица 7. Динамика рентабельности по валовой и чистой прибыли сетей рейтинга в сегменте FMCG в 2012-2014 гг.;
- Таблица 8. Динамика показателя ЕВITDA и рентабельности по ЕВITDA основных операционных компаний сетей сегмента FMCG, вошедших в TOP-100 по итогам 2014 года, в 2012-2014 гг.;
- Таблица 9. Динамика показателя Чистый долг и отношения Чистый долг/ ЕВITDA основных операционных компаний сетей сегмента FMCG, вошедших в TOP-100 по итогам 2014, года в 2012-2014 гг.;
- Таблица 10. Динамика количества собственных магазинов сетей рейтинга сегмента FMCG, расположенных на территории России, в 2011-I пол. 2015 гг.;
- Таблица 11. Динамика торговой площади собственных магазинов сетей рейтинга сегмента FMCG расположенных на территории России в 2011-I пол. 2015 гг.;
- Таблица 12. Рейтинг TOP-5 компаний, работающих в сегменте online торговли на fashion рынке по итогам 2014 года;
- Таблица 13. Характеристика ассортимента крупнейших ритейлеров fashion рынка;
- Таблица 14. Классификация компаний fashion рынка по ценовому признаку;
- Таблица 15. Классификация крупнейших ритейлеров fashion рынка по видам франчайзинговых отношений;
- Таблица 16. Ранговый рейтинг крупнейших ритейлеров fashion рынка по итогам 2014 года;
- Таблица 17. Ранговый рейтинг крупнейших ритейлеров сегмента "Одежда и аксессуары" по итогам 2014 года;
- Таблица 18. Рейтинг крупнейших ритейлеров сегмента "Одежда и аксессуары" по выручке в 2010-2014 гг.;
- Таблица 19. Динамика выручки крупнейших ритейлеров сегмента "Одежда и аксессуары" в I пол. 2015 г.;
- Таблица 20. Динамика рентабельности по валовой и чистой прибыли ритейлеров сегмента "Одежда и аксессуары" в 2012-2014 гг.;
- Таблица 21. Динамика показателя ЕВITDA и рентабельности по ЕВITDA основных операционных компаний сегмента "Одежда и аксессуары" в 2012-2014 гг.;
- Таблица 22. Динамика показателя Чистый долг и отношения Чистый долг/ ЕВITDA основных операционных компаний крупнейших сетей сегмента "Одежда и аксессуары" в 2012-2014 гг.;
- Таблица 23. Динамика количества собственных магазинов крупнейших сетей сегмента "Одежда и аксессуары", расположенных на территории России в 2012-2015 гг.;
- Таблица 24. Динамика количества франчайзинговых магазинов крупнейших сетей сегмента "Одежда", расположенных на территории России в 2010- I пол. 2015 гг.;
- Таблица 25. Динамика торговой площади собственных магазинов крупнейших сетей сегмента "Одежда и аксессуары", расположенных на территории России в 2012-2015 гг.;
- Таблица 26. Динамика прироста торговых площадей по крупнейшим ритейлерам сегмента "Одежда и аксессуары" в 2010-2015 гг.;
- Таблица 27. Рейтинг сетей сегмента "Одежда и аксессуары" по среднегодовой численности сотрудников в 2012-2014 гг.;
- Таблица 28. Перспективы развития крупнейших ритейлеров сегмента "Одежда и аксессуары";
- Таблица 29. Ранговый рейтинг крупнейших ритейлеров сегмента "Обувь" по итогам 2014 года;
- Таблица 30. Рейтинг крупнейших ритейлеров сегмента "Обувь", вошедших в TOP-100 по итогам 2014 г. по выручке в 2010-2014 гг.;
- Таблица 31. Динамика выручки в млрд. руб. крупнейших ритейлеров сегмента "Обувь" в I пол. 2015 г.;
- Таблица 32. Динамика рентабельности по валовой и чистой прибыли ритейлеров сегмента "Обувь" в 2012-2014 гг.;
- Таблица 33. Динамика показателя ЕВITDA и рентабельности по ЕВITDA основных операционных компаний сетей сегмента "Обувь" в 2012-2014 гг.;
- Таблица 34. Динамика показателя Чистый долг и отношения Чистый долг/ ЕВITDA основных операционных компаний сегмента "Обувь" в 2012-2014 гг.;
- Таблица 35. Динамика количества собственных магазинов крупнейших сетей сегмента "Обувь", расположенных на территории России в 2011-2015 гг.;
- Таблица 36. Динамика количества франчайзинговых магазинов крупнейших сетей сегмента "Обувь", расположенных на территории России в 2010-2015 гг.;
- Таблица 37. Динамика торговой площади собственных магазинов крупнейших сетей сегмента "Обувь", расположенных на территории России в 2012-2015 гг.;



- Таблица 111. Динамика показателя ЕБИТДА и рентабельности по ЕБИТДА основных операционных компаний крупнейших сетей сегмента "Детские товары" в 2012-2014 гг.;
- Таблица 112. Динамика показателя Чистый долг и отношения Чистый долг/ ЕБИТДА основных операционных компаний крупнейших сетей сегмента "Детские товары" в 2012-2014 гг.;
- Таблица 113. Динамика количества собственных магазинов сетей рейтинга сегмента "Детские товары", расположенных на территории России, в 2012-I пол. 2015 гг.;
- Таблица 114. Динамика торговой площади собственных магазинов сетей рейтинга сегмента "Детские товары", расположенных на территории России, в 2012-I пол. 2015 гг.;
- Таблица 115. Динамика прироста торговых площадей по крупнейшим ритейлерам рынка "Детские товары" в 2010-I пол. 2015 гг.;
- Таблица 116. Рейтинг сетей сегмента "Детские товары" по среднегодовой численности сотрудников в 2012-2014 гг.;
- Таблица 117. Перспективы развития крупнейших ритейлеров сегмента "Детские товары";
- Таблица 118. Анализ конкурентных каналов сбыта drogery товаров по товарным группам;
- Таблица 119. Ранговый рейтинг крупнейших сетей сегмента "Косметика и drogery";
- Таблица 120. Рейтинг крупнейших ритейлеров на рынке косметики и drogery по выручке в 2010-2014 гг., млрд. руб. без учета НДС;
- Таблица 121. Рейтинг крупнейших ритейлеров на рынке косметики и drogery (включая "Прямые продажи") по выручке в 2010-2014 гг., млрд. руб. без учета НДС;
- Таблица 122. Динамика рентабельности по валовой и чистой прибыли крупнейших ритейлеров сегмента "Косметики и drogery" в 2012-2014 гг.;
- Таблица 123. Динамика показателя ЕБИТДА и рентабельности по ЕБИТДА основных операционных компаний сетей на рынке "Косметики и drogery" в 2012-2014 гг.;
- Таблица 124. Динамика показателя Чистый долг и отношения Чистый долг/ ЕБИТДА основных операционных компаний сетей на рынке "Косметики и drogery" в 2012-2014 гг.;
- Таблица 125. Динамика количества собственных магазинов сетей рейтинга на рынке "Косметики и drogery", расположенных на территории России в 2012-2015 гг.;
- Таблица 126. Динамика торговой площади собственных магазинов крупнейших ритейлеров сегмента "Косметики и drogery", расположенных на территории России в 2012-2015 гг.;
- Таблица 127. Динамика прироста торговых площадей по крупнейшим ритейлерам сегмента "Косметики и drogery" в 2010-2015 гг.;
- Таблица 128. Рейтинг сетей сегмента "Косметики и drogery" по численности сотрудников в 2012-2014 гг.;
- Таблица 129. Перспективы развития крупнейших ритейлеров рынка "Косметики и drogery".

Перечень продуктов ИА INFOLine по направлению Розничная торговля и недвижимость

В настоящее время для компаний как никогда остро встал вопрос необходимости проведения мониторинга и анализа отраслевых и общеэкономических событий в России и мире. Решение данной задачи не представляется возможным без профессионального и высокоэффективного информационного отдела. Агентство INFOLine – это Ваш информационный отдел, который будет работать на пользу и развитие Вашего бизнеса, услугами которого смогут воспользоваться все сотрудники Вашей фирмы. Агентство INFOLine является независимой компанией, и работает на рынке Исследований различных отраслей России с 2001 года. Проведенные в 2005-2014 гг. исследования Розничной торговли специалистами агентства INFOLine являются лучшими на рынке, что признано многочисленными клиентами и партнерами.

ИНИЦИАТИВНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

"INFOLine Retail Russia TOP-100. Тенденции 2015 года. Прогноз до 2018 года. Расширенная версия"

Расширенная версия исследования содержит:

- **Основные показатели экономики и розничной торговли России** – состояние розничного рынка России, динамика спроса на потребительском рынке и основные макроэкономические показатели розничной торговли;
- **Региональное развитие экономики и розничной торговли в России** – состояние розничной торговли FMCG и Non-Food; сетевой розничной торговли FMCG и сегментов Non-Food ритейла; доходы населения в регионах 8 ФО России. Сравнительный анализ крупнейших регионов России.
- **Рейтинг 100 крупнейших ритейлеров России** – ранговый рейтинг TOP-100 (включает сети с чистой розничной выручкой более 12 млрд. руб. без НДС), рейтинги по количеству магазинов и величине торговых площадей, по чистой выручке и выручке на 1 кв. м торговой площади, финансовым показателям (абсолютные: чистая прибыль, EBITDA, чистый долг; относительные: рентабельность по чистой прибыли и EBITDA; чистый долг к EBITDA);
- **Тенденции развития, прогнозы и рейтинги по сегментам розничной торговли** – динамика и емкость рынка, доли крупнейших игроков, тенденции и перспективы и прогнозы развития, а также рейтинги (ранговый, по выручке, по выручке на единицу площади, финансовым показателям, по количеству магазинов, по торговой площади, по численности сотрудников, динамика EBITDA и долговой нагрузки) по сегментам рынка (FMCG, DIY, Household, мебель, fashion, бытовая и компьютерная техника, мобильные устройства, косметика, парфюмерия и дрoгери, детские товары и on-line торговля);
- **Анализ взаимодействия розничных сетей России с финансовыми рынками** – взаимодействие крупнейших ритейлеров с банковскими структурами, облигационные займы, IPO и SPO, динамика курса акций публичных компаний;
- **Конъюнктура рынка M&A в ритейле России** – этапы развития рынка M&A по сегментам (FMCG, DIY, Household, мебель, fashion, бытовая и компьютерная техника, мобильные устройства, косметика, парфюмерия и дрoгери, детские товары). Анализ процессов консолидации и описание реализованных в 2004-2015 гг. сделок M&A.
- **Состояние рынка торговых центров России** – состояние рынка торговых центров России, динамика арендных ставок на рынке торговых центров, перспективы рынка торговых центров, показатели насыщенности торговыми площадями и перечень планируемых к вводу крупнейших ТРЦ.
- **Приложение 1. Структура розничного оборота по субъектам РФ в 2008-2015 гг.**



Дата выхода:	III квартал 2015
Способ предоставления:	Печатный и электронный
Стандартная версия	50 000 руб.
Расширенная версия	100 000 руб.
Отраслевые версии	От 50 000 руб.

Исследование "["INFOLine RETAIL RUSSIA TOP-100. Тенденции 2015. Прогноз до 2018 года"](#)" содержит: анализ состояния и прогноз развития розничной торговли товарами Food и Non-Food России, динамику операционных и финансовых показателей ТОП-100 крупнейших ритейлеров, динамику емкости и обзоры сегментов розничной торговли РФ: FMCG, бытовая и компьютерная техника, DIY&Household и мебель, мобильных устройств, парфюмерии и косметики, fashion и детских товаров.

ИНИЦИАТИВНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ПО НАПРАВЛЕНИЮ "РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ И ТОРГОВАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ"

Наименование	Содержание	Дата выхода	Стоимость
ХИТ ПРОДАЖ! Аналитическая база "700 торговых сетей FMCG РФ"	База содержит основные показатели розничной торговли и крупнейших розничных сетей, историю развития, текущее состояние и перспективы сетевой розничной торговли FMCG, Рейтинги сетей FMCG по операционным, финансовым показателям, логистике и форматам, Базу данных 650 сетей и 530 РЦ сетей с указанием: Оператор розничной сети, Бренды, Контактные данные, Менеджмент сети (Генеральный директор, Директор по закупкам, Финансовый директор, IT директор), общее количество магазинов, Общая торговая площадь, Выручка, Региональная представленность, Количество распределительных центров.	Июнь 2015	50 000 руб.
NEW! Рынок гипермаркетов FMCG России. Итоги 2014 года. Прогноз до 2017 года. Стандартная версия / Расширенная версия	В Стандартной версии представлен анализ состояния рынка розничной торговли FMCG и Non-Food России (показатели макроэкономики, а также структуру и динамику оборота розничной торговли, количество, площади и выручки торговых объектов по каналам продаж); приведены рейтинги по ТОП-50 и бизнес-справки по 30 крупнейшим ритейлерам, развивающим формат "гипермаркет"; описана история развития и ключевые особенности формата "гипермаркет"; дан прогноз развития формата на 2015-2017 гг. В Расширенную версию включено состояние рынка гипермаркетов в 30 крупнейших регионах по 7 федеральным округам РФ (без Крымского ФО); представлена база 1000 действующих гипермаркетов.	III кв. 2015	60 000 руб. (стандартная версия 40 000 руб.)
NEW! INFOLine Retail Russia ТОП-100. Тенденции 2015 г. Прогноз до 2018 г. Отраслевые версии по FMCG, DIY, Household, fashion, бытовой и компьютерной технике, мобильным устройствам, косметике, парфюмерии и дрoгeри, детским товарам и online	Анализ состояния и прогноз развития розничной торговли Food и Non-Food. Ранжирование и сравнительный анализ операционных и финансовых показателей 100 крупнейших ритейлеров России. Динамика и емкость рынка, тенденции, прогнозы и перспективы развития, характеристика развиваемых форматов, логистика, региональная представленность по сегментам розничного рынка России. Бизнес-справки по крупнейшим ритейлерам сегментов рынка: FMCG, DIY, Household, мебель, fashion, бытовая и компьютерная техника, мобильные устройства, косметика, парфюмерия и дрoгeри, детские товары, on-line-торговля.	IV кв. 2015	От 50 000 руб.
ХИТ ПРОДАЖ! Рынок DIY РФ. Анализ регионов, тенденции 2015 года и прогноз до 2017 года	Текущее состояние и перспективы рынка DIY с прогнозом до 2017 года, представлена характеристика основных форматов сетевой торговли DIY: гипермаркет, стройбаза, специализированный торговый центр, интернет-торговля основных ритейлеров рынка; система логистики, описано развитие сетевой торговли DIY в 60 регионах РФ. Рейтинг ТОП-50 крупнейших операторов DIY России, который включает показатели чистой выручки, выручки на единицу площади, среднего чека, финансовые показатели, динамики EBITDA и долговой нагрузки, количества торговых объектов, совокупной торговой площади и численности сотрудников. Рейтинг ТОП-10 специализированных сетей DIY. Проведен сравнительный анализ и представлено структурированное описание 40 крупнейших игроков рынка DIY (операционные и финансовые показатели, описание форматов, контактные данные; менеджмент, стратегия и планы развития)	Июль 2015	80 000 руб. (стандартная версия – 50000 руб.)
ХИТ ПРОДАЖ! Аналитическая база: "600 универсальных и специализированных торговых сетей DIY РФ". Расширенная версия	Сравнительный анализ и структурированное описание крупнейших игроков рынка DIY, составлен Рейтинг ТОП-50 крупнейших операторов DIY России, который включает показатели чистой выручки, выручки на единицу площади, среднего чека, финансовые показатели, динамики EBITDA и долговой нагрузки, количества торговых объектов, совокупной торговой площади и численности сотрудников. Также составлен Рейтинг ТОП-20 специализированных сетей DIY по выручке в 2014 году. Включает в себя две базы: "База 300 универсальных торговых сетей DIY" и "База 300 специализированных торговых сетей DIY", которые содержат контакты, ТОП-менеджмент, финансовые показатели, операционные показатели, региональную представленность и количество распределительных центров.	Июль 2015	50 000 руб.
Геоатлас "Торговые центры и гипермаркеты FMCG и DIY Москвы и Московской обл.; Санкт-Петербурга и Ленинградской обл. Итоги 2014 г. Прогноз на 2015-2016 г."	Геоатлас "Торговые центры и гипермаркеты FMCG и DIY Москвы и Московской области; Санкт-Петербурга и Ленинградской области. Итоги 2014 года. Прогноз на 2015-2016 гг." состоит из 2-х частей: Аналитической и Картографической. Аналитическая часть содержит описание макроэкономической ситуации в Москве и Санкт-Петербурге, характеристику их инвестиционных потенциалов, а также анализ ситуации на рынке гипермаркетов FMCG и DIY. Геоатлас также содержит набор карт-схем и картограмм, отражающих социально-экономическую ситуацию и показатели рынка торговых центров и гипермаркетов FMCG и DIY.	Март 2015	от 30 000 руб.
Рынок торговых центров в 32 городах и регионах РФ. Тенденции 2015 года. Прогноз до 2017 года. Расширенная версия	В Исследовании "Рынок торговых центров в 32 городах и регионах России. Тенденции 2015 года. Прогноз до 2017 года" охарактеризовано состояние рынка торговой недвижимости в 32 городах и регионах России, проведен сравнительный анализ рынка торговых центров, разработан прогноз развития российского рынка торговых центров до 2017 года и охарактеризованы ключевые тренды 2014-2015 гг. По 27 городам и регионам Исследования специалистами ИА INFOLine охарактеризовано состояние рынка ТЦ, а также приведен прогноз ввода на 2015 год, включающий перечень строящихся торговых центров в регионе.	Июнь 2015	45 000 руб.

Внимание! Вышеперечисленный набор продуктов и направлений не является полным.

Кроме инициативных готовых продуктов ИА "INFOLine" позволяет клиентам получить комплекс индивидуальных услуг для решения конкретных задач, возникающих в процессе деятельности компании. Это заказные исследования, составление баз данных, ассортиментно-ценовые мониторинги, индивидуальные мониторинги по запросу клиентов и др.

Всегда рады Вам помочь! Получить демо-версии и презентации Исследований, а также задать вопросы Вы можете, обратившись к нашим менеджерам по тел. +7 (812) 322 68 48, +7 (495) 772 76 40 или почте: retail@infoline.spb.ru

