

И С С Л Е Д О В А Н И Е

INFOline Retail Russia

TOP-100

Тенденции 2016 года. Прогноз до 2019 года.

Расширенная версия

- Макроэкономические показатели розничной торговли
- Тенденции развития и прогнозы по сегментам розничной торговли
- Рейтинг крупнейших ритейлеров INFOline Retail Russia TOP-100
- Анализ взаимодействия розничных сетей России с финансовыми рынками
- Конъюнктура рынка M&A в ритейле России

Агентство INFOline занимается разработкой и реализацией информационных и аналитических продуктов, консультированием и поддержкой деловых форумов и мероприятий в сфере строительства и инвестиций, ритейла и потребительского рынка, топливно-энергетического комплекса, транспорта, машиностроения и др. На постоянной основе мы оказываем поддержку более 3000 компаний России и мира. В соответствии с правилами ассоциации ESOMAR все продукты агентства INFOline сертифицируются по общеевропейским стандартам.

INFOLine

информационное агентство information agency



Содержание

Часть I. Состояние розничной торговли России и показатели TOP-100 ритейлеров	250 стр.
Раздел I. Основные показатели экономики и розничной торговли России	100 стр.
<i>Макроэкономические показатели розничной торговли</i>	
<i>Структура оборота розничной торговли</i>	
<i>Государственное регулирование розничной торговли</i>	
<i>Состояние банковской системы и динамика кредитов и депозитов населения</i>	
<i>Доходы, расходы и предпочтения потребителей</i>	
<i>Региональное развитие экономики и розничной торговли России</i>	
<i>Состояние рынка торговых центров в городах России</i>	
Раздел II. Рейтинги крупнейших ритейлеров INFOLine Retail Russia TOP-100	40 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 100 крупнейших ритейлеров по выручке на единицу площади</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 III. Анализ взаимодействия розничных сетей России с финансовыми рынками	40 стр.
<i>Анализ взаимодействия Non-Food сетей России с финансовыми рынками</i>	
<i>Анализ взаимодействия сетей FMCG России с финансовыми рынками</i>	
Раздел IV. Конъюнктура рынка M&A в ритейле России	65 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>	
Приложение 1. Структура розничного оборота по субъектам РФ в 2008-2016 гг.	2 стр.
Часть II. Состояние розничной торговли России по сегментам	300 стр.
Раздел I. Тенденции развития, прогнозы и рейтинги по сегментам торговли	4 стр.
Тенденции развития, прогнозы и рейтинги сегмента FMCG	50 стр.
<i>Тенденции и прогнозы развития розничной торговли FMCG</i>	
<i>Рейтинг крупнейших ритейлеров рынка FMCG</i>	
Тенденции развития, прогнозы и рейтинги сегмента Fashion	70 стр.
<i>Тенденции и прогнозы развития Fashion ритейла</i>	
<i>Рейтинг крупнейших ритейлеров Fashion рынка</i>	
<i>Рейтинг крупнейших ритейлеров сегмента "Одежда и аксессуары"</i>	
<i>Перспективы развития крупнейших ритейлеров</i>	
<i>Рейтинг крупнейших ритейлеров сегмента "Обувь"</i>	
<i>Перспективы развития крупнейших ритейлеров</i>	
<i>Рейтинг крупнейших ритейлеров сегмента "Спорт"</i>	
<i>Перспективы развития крупнейших ритейлеров</i>	
Тенденции развития, прогнозы и рейтинги сегмента DIY&Household и Мебель	45 стр.
<i>Тенденции и прогнозы развития рынка розничной торговли строительными и отделочными материалами</i>	
<i>Рейтинг крупнейших ритейлеров рынка DIY</i>	
<i>Перспективы развития крупнейших ритейлеров рынка DIY</i>	
<i>Рейтинг крупнейших ритейлеров рынка "Household и мебель"</i>	
<i>Перспективы развития крупнейших ритейлеров на рынке "Household и мебель"</i>	
Тенденции развития, прогнозы и рейтинги сегмента "Бытовая и компьютерная техника"	25 стр.
<i>Тенденции и прогнозы развития розничной торговли бытовой техникой и потребительской электроникой</i>	
<i>Рейтинг крупнейших ритейлеров рынка бытовой и компьютерной техники</i>	
<i>Перспективы развития крупнейших ритейлеров</i>	
Тенденции развития, прогнозы и рейтинги сегмента "Мобильные устройства"	20 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" 23 стр.
 Тенденции и прогнозы развития аптечного ритейла
 Рейтинг крупнейших ритейлеров аптечного ритейла
 Перспективы развития крупнейших ритейлеров

Тенденции развития, прогнозы и рейтинги сегмента "Детские товары" 23 стр.
 Тенденции и прогнозы развития розничной торговли детскими товарами
 Рейтинг крупнейших ритейлеров рынка детских товаров
 Перспективы развития крупнейших ритейлеров

Тенденции развития, прогнозы и рейтинги сегмента "Косметика и дрогери" 23 стр.
 Тенденции и прогнозы развития розничной торговли косметикой и парфюмерией
 Рейтинг крупнейших ритейлеров рынка косметики и дрогери
 Перспективы развития крупнейших ритейлеров

Тенденции развития, прогнозы и рейтинги Online сегмента 20 стр.
 Тенденции и прогнозы развития online сегмента
 Рейтинг крупнейших ритейлеров online сегмента
 Перспективы развития крупнейших online ритейлеров

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

Информация об агентстве INFOLine

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. Агентство INFOLine ежедневно проводит мониторинг публикации в более 5000 СМИ и ежедневно ведет аналитическую работу по 80 тематикам экономики РФ.



Начиная с 2003 года агентство INFOLine 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 INFOLine используют в работе крупнейшие ритейлеры FMCG (X5 Retail Group, "Магнит", Auchan, Metro cash&carry, "Лента", "О'Кей"), производители (Procter&Gamble, Coca-Cola, Pepsi, SABMiller, Fazer, Mars), дистрибуторы (ГК "Мегаполис"), финансовые (ФК "Уралсиб", "МДМ-Банк") и сервисные компании (ГК "Сервис-плюс", Wincor-nixdorf).

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



Об Исследовании "INFOline Retail Russia TOP-100. Тенденции 2016. Прогноз до 2019 года"

Цель исследования: анализ основных тенденций и прогноз развития розничной торговли продовольственными и непродовольственными товарами (Food и Non-Food) в России, ранжирование и сравнительный анализ операционных и финансовых показателей 100 крупнейших ритейлеров России в сегментах FMCG, online, бытовой и компьютерной техники, DIY&Household и мебель, мобильных устройств, парфюмерии и косметики, fashion и детских товаров, анализ взаимодействия торговых сетей с финансовыми рынками, конъюнктура рынка M&A в розничной торговле.

Ключевые параметры рынка: оборот розничной торговли за 9 мес. 2016 г. снизился на 5,4% в физическом выражении до 20,34 трлн руб. (рост в рублях на 2,4%). Согласно прогнозу Минэкономразвития РФ по итогам в 2016 г. падение РТО несколько замедлится и составит 4,6%, а с 2017 г. розничный рынок перейдет к росту: так, в 2017 г. – на 0,6%, в 2018 г. – на 1,1%, в 2019 г. – на 1,8%. На фоне стагнации потребительского спроса и высокой базы инфляция за 9 мес. 2016 г. замедлилась до 7,5% (15,9% за 9 мес. 2015 г.). При этом в III кв. 2016 г. зафиксирован самый низкий за последние 5 лет показатель инфляции: цены выросли всего на 0,7% к уровню II кв. 2016 г. По итогам I пол. 2016 года на ТОП-100 крупнейших ритейлеров пришлось более 34% оборота РТО, который формируют более 73 тыс. торговых объектов общей торговой площадью более 27 млн кв. м. В исследовании охарактеризованы все сегменты розничной торговли (FMCG и Non-Food, в том числе бытовой и компьютерной техники, DIY&Household и мебели, мобильных устройств, парфюмерии и косметики, fashion, спортивных и детских товаров), кроме продаж автомобилей и моторного топлива.

Актуальность исследования: в связи с нестабильной макроэкономической ситуацией в стране, политическими рисками, продлением экономических санкций 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 общепризнанного рейтинга крупнейших ритейлеров страны, работа над которым ведется круглогодично. В течение года в режиме non-stop аналитиками проводятся сбор, агрегация, верификация и анализ операционных и финансовых показателей розничных компаний РФ. В 2015 году в Рейтинг [INFOline Retail Russia TOP-100](#) вошли крупнейшие розничные сети России с выручкой (без НДС) более 13 млрд. руб., по которым представлены операционные показатели по состоянию на 01.07.2016 года, финансовые показатели за 2015 год. Исследование ["INFOline Retail Russia TOP-100. Тенденции 2016. Прогноз до 2019 года"](#) содержит анализ итогов 2015 года и тенденций развития 2016 года, прогноз до 2019 года по основным сегментам розничной торговли России: FMCG, бытовая и компьютерная техника, DIY&Household и мебели, мобильных устройств, парфюмерии, косметики и др. 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 2015 года (емкость и динамика рынка, финансовые показатели торговых сетей), Итоги I пол. 2016 года (макроэкономические показатели розничной торговли, спрос на потребительском рынке, операционные показатели торговых сетей), Прогнозы на 2016-2019 годы (емкость, динамика и структура розничного рынка России по сегментам в сегментах FMCG, бытовой и компьютерной техники, DIY&Household и мебель, мобильных устройств, парфюмерии и косметики, fashion и детских товаров, стратегии и планы 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 тенденций 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; охват не только ритейлеров, развивающих традиционные форматы торговли но и крупнейших интернет-магазинов; базой исследования является ежегодно 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 2016. Прогноз до 2019 года**" *выпускается в трех вариантах:*

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

Расширенная версия включает следующие разделы:

Часть I. Состояние розничной торговли России и показатели TOP-100 ритейлеров

Раздел I. Основные показатели экономики и розничной торговли России

Состояние розничного рынка России и показатели ТОП-100 ритейлеров, динамика спроса на потребительском рынке и основные макроэкономические показатели розничной торговли, динамика регионального развития розничной торговли и состояние рынка торговых центров.

Раздел II. Рейтинг крупнейших ритейлеров INFOLine Retail Russia TOP-100

Ранговый рейтинг ТОП-100 (включает сети с чистой розничной выручкой более 13 млрд. руб. без НДС), рейтинги 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).

Раздел III. Анализ взаимодействия розничных сетей России с финансовыми рынками

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

Раздел IV. 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 дрoгeри, аптеки, детские товары). Анализ процессов консолидации и описание реализованных в 2004-2016 гг. сделок M&A.

Приложение I. Структура розничного оборота по субъектам РФ в 2008-2016 гг.

Часть II. Состояние розничной торговли России по сегментам

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 дрoгeри, детские товары, аптеки, online). Также по каждому сегменту представлены Рейтинги сетей: ранговый, по выручке, по выручке на единицу площади, по финансовым показателям, по количеству магазинов, по торговой площади, динамика EBITDA и долговой нагрузки; Перспективы развития крупнейших ритейлеров.

Отраслевые версии содержат развитие розничной торговли и торговых сетей в России и тенденции развития и прогнозы по выбранному сегменту (FMCG, DIY, Household, мебель, fashion, бытовая и компьютерная техника, мобильные устройства, косметика, парфюмерия и дрoгeри, детские товары, online), бизнес-справки по ритейлерам выбранного сегмента по отдельному заказу.

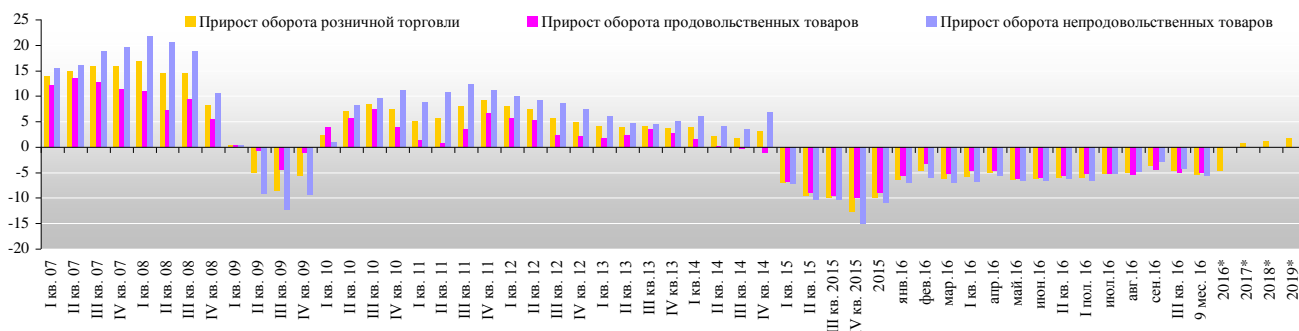
Часть I. Состояние розничной торговли России и показатели TOP-100 ритейлеров

Раздел I. Основные показатели экономики и розничной торговли России

Макроэкономические показатели розничной торговли

Оборот розничной торговли за 9 мес. 2016 г. снизился на 5,4% в физическом выражении и составил 20340,1 млрд руб. При этом в денежном выражении РТО вырос на 2,4%. Согласно базовому прогнозу Минэкономразвития РФ, представленному в октябре 2016 г., в 2016 г. падение РТО составит 4,6%, а с 2017 г. розничный рынок перейдет к росту: так, в 2017 г. прогнозируется увеличение РТО на 0,6%, в 2018 г. – на 1,1%, в 2019 г. – на 1,8%. На фоне стагнации потребительского спроса и высокой базы предыдущего года инфляция за 9 мес. 2016 г. замедлилась до 7,5% против 15,9% за 9 мес. 2015 г. При этом в III кв. 2016 г. зафиксирован самый низкий за последние 5 лет показатель инфляции +0,7% относительно II кв. 2016 г. Динамика оборота розничной торговли в России в 2007-2015 гг., прогноз Минэкономразвития на 2016-2019 гг. представлена на диаграмме.

Рисунок 1. Динамика основных показателей потребительского рынка в 2007-2016 гг. и прогноз на 2016-2019 (базовый) гг. в % к соответствующему периоду предыдущего года



Источник: ФСТС

РТО Food за 9 мес. 2016 г. снизился в физическом выражении на 5,1% до 9955,5 млрд руб. (соответствует росту на +2,7% в денежном выражении), а РТО Non-Food –на 5,7% до 10384,6 млрд руб. (+2,1% в деньгах). При этом начиная со II кв. 2016 г. наблюдается сокращение доли продовольственных товаров в РТО (в III кв. 2016 г. на 1,3 п.п. к уровню II кв. 2016 г. и до 48%), которая неуклонно увеличивалась в течение всего 2015 г. и I пол. 2016 г.

Снижение РТО Food наблюдается 28 месяцев подряд и в сентябре 2016 г. в сопоставимых ценах составило 4,4%, что соответствует росту в рублях на уровне 3,3%. Снижение РТО Non-Food наблюдается 21 месяц подряд с января 2015 г.

Потребление легальной алкогольной продукции (в пересчете на абсолютный алкоголь) за 9 мес. 2016 г. снизилось на 2% до 72,5 млн дкл. При этом производство водки за 9 мес. 2016 г. выросло на 8%, что свидетельствует о вытеснении нелегальной продукции с розничного рынка после запуска ЕГАИС в оптовой и розничной торговле.

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

Сравнительный анализ розничного рынка России и 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. <...> В 2015 году первое место в рейтинге привлекательности розничных рынков развивающихся стран занял Китай, а Россия – опустилась на 9 пунктов и заняла 21 место, что связано с политической обстановкой, введенными международными санкциями и экономическим кризисом.

Ключевым фактором сохранения привлекательности российского рынка для международных ритейлеров остается то, что перспективы роста и фундаментальные показатели рынка вполне благоприятны: с точки зрения привлекательности розничного сектора (продажи на душу населения, численность населения, развитие инфраструктуры и т.д.) Россия входит в TOP-5 стран. Однако в отличие от Бразилии, Чили, Уругвая и Китая, в России высокий уровень политических рисков, а условия ведения бизнеса сложные из-за влияния бюрократии и коррупции. Рейтинг стран-лидеров по привлекательности розничных рынков представлен в таблице.

Таблица 1. Рейтинг привлекательности розничных рынков развивающихся стран в 2011-2015 гг.

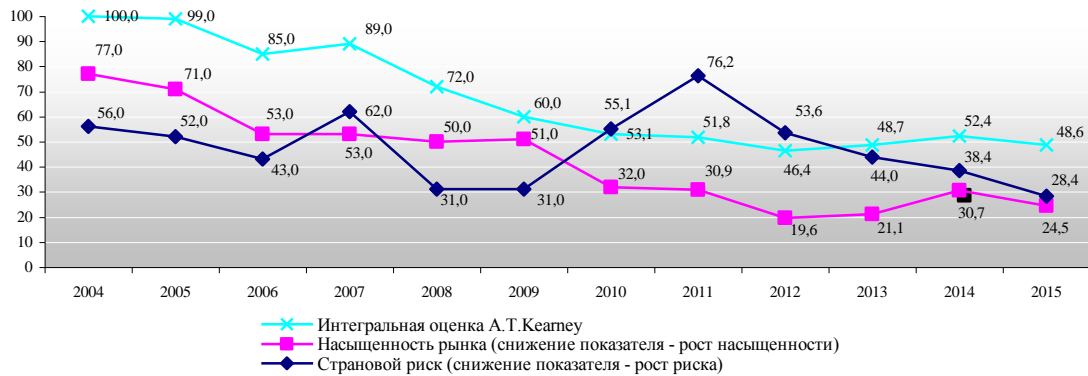
Страна	Страновой риск (25%)	Привлекательность рынка (25%)	Насыщенность рынка (25%) ¹	Фактор времени (25%)	Общий балл ²
***	***	***	***	***	***
Рейтинг 2015 года					
1. Китай	55,7	66,7	42,3	96,6	65,3
***	***	***	***	***	***
21. Россия	28,4	94,9	24,5	46,6	48,6
	0=рискованно 100=безопасно	0=низкая 100=высокая	0=насыщен 100=не насыщен	0=нет спешки 100=быстрый выход	

привлекательность

Источник: Исследование А.Т. Kearney

По данным А.Т. Kearney российский рынок является 6-м в мире по уровню ВВП и, несмотря на напряженную экономическую обстановку, международные операторы продолжают развиваться на российском рынке. Санкции против России влекут за собой снижение притока инвестиций и экономический кризис, однако спрос на товары остается на высоком уровне, несмотря на снижение покупательской способности. В то же время некоторые международные ритейлеры были вынуждены сократить инвестиционные программы. Динамика привлекательности розничного рынка России в 2004-2015 гг. представлена на диаграмме.

Рисунок 1. 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 торговли

Предпринимательские оценки фактического и ожидаемого изменения экономической ситуации свидетельствуют о серьезной отраслевой дестабилизации. Несмотря на пессимистические прогнозы, полученные в III кв. 2014 года, динамика развития розничной торговли не предполагала такой глубины падения индикатора и, соответственно, резкого ухудшения делового климата. По данным опросов ФСГС, в I кв. 2016 года индекс предпринимательской уверенности составил (-2) п.п., сократившись на 2 п.п. к IV кв. 2015 года и не изменился относительно I кв. 2015 года. По данным ФСГС, оценка экономической ситуации в России в III кв. 2016 года улучшилась и составила (-4) п.п. После снижения индекса оценки экономической ситуации во II кв. 2015 года до (-8) п.п., в III кв. 2016 года увеличился до (-4) п.п.,

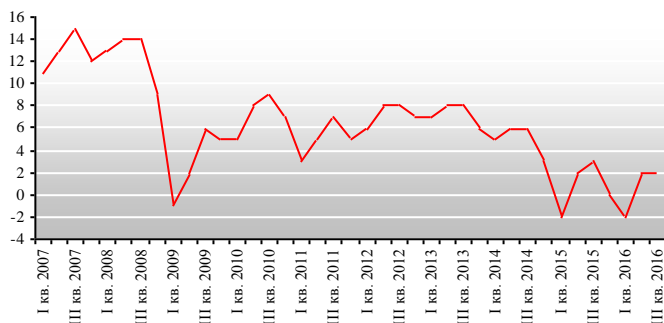
¹ Насыщенность рынка определяется следующими факторами: доля розничных сетей (7,5%), число международных розничных сетей (7,5%), розничные продажи магазинов современных форматов на душу населения (5%) и доля на рынке ведущих торговых сетей (5%).

² Общий балл определяется суммированием произведений значений факторов на их уровень значимости и затем делится на наибольший показатель среди всех стран, входящих в индекс, и выражается в % к значению индекса для страны-лидера.



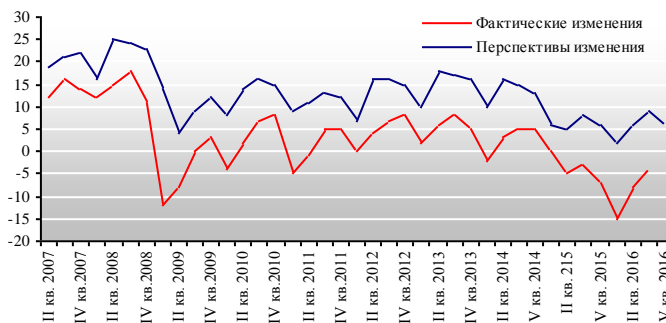
увеличившись на 4 п.п. Индекс предпринимательской уверенности и оценка экономической ситуации в России в 2007-2016 гг. представлены на диаграммах.

Рисунок 2. Индекс предпринимательской уверенности в России 2007-2016 гг.



Источник: ФСГС

Рисунок 3. Оценка экономической ситуации в России в 2007-2016 гг



Источник: ФСГС

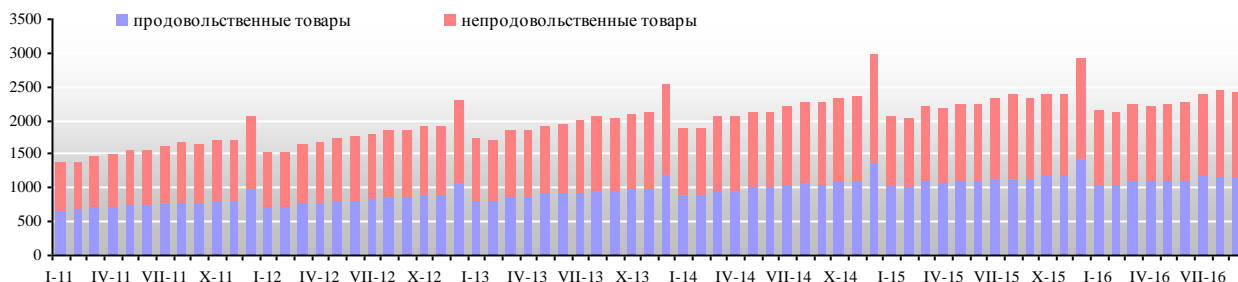
****** Демонстрационная версия. Полный текст не приводится ******

Структура оборота розничной торговли

Структура оборота розничной торговли по видам товаров

В сентябре 2016 года доля продовольственных товаров в структуре розничного товарооборота сократилась на 0,2 п.п. относительно сентября 2015 года. В III кв. 2016 года доля продовольственных товаров в структуре розничного товарооборота не изменилась относительно III кв. 2015 года, а за 9 мес. 2016 года увеличилась на 0,1 п.п. относительно 9 мес. 2015 года.

Рисунок 4. Структура оборота розничной торговли по группам товаров в 2011-2016 гг. (по месяцам), млрд руб.



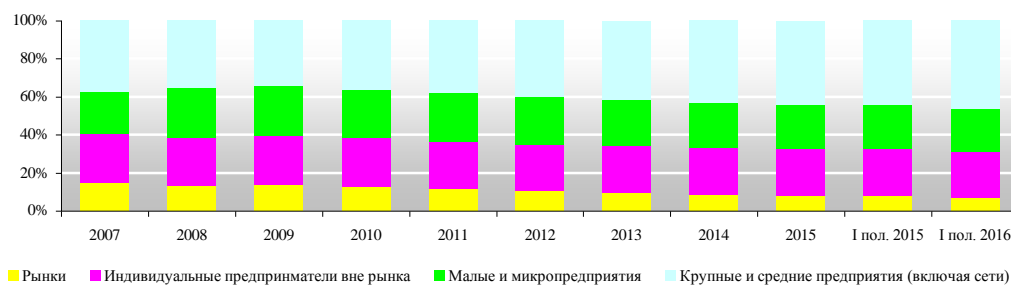
Источник: ФСГС

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

Структура оборота розничной торговли по видам организаций

В структуре оборота розничной торговли по видам организаций в I пол. 2016 года сохранилась тенденция снижения доли рынков (по итогам I пол. 2016 года на 0,9 п.п. относительно I пол. 2015 года), а также малых предприятий – на 0,7 п.п. и индивидуальных предпринимателей – на 0,4 п.п.

Рисунок 5. Структура формирования оборота розничной торговли в 2007-2016 гг., по видам организаций, %



Источник: ФСГС

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

Государственное регулирование розничной торговли

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

Полный текст подраздела содержит обзор законодательных актов:

- Закон "О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт",
- RFID метки RFID маркировка меховых изделий,
- Эксперимент по внедрению Tax free,
- Закон "О торговле",
- Стратегия развития торговли,
- Регулирование контрольно-кассовых операций,
- ЕГАИС,
- Регулирование алкогольного рынка,
- Регулирование табачного рынка,
- Сбор за проезд большегрузных автомобилей по федеральным дорогам и международное регулирование перевозок,
- Национальная система адресной продовольственной помощи,
- Торговый сбор в Москве и других городах,
- Регулирование качества продовольственных товаров,
- Регулирование интернет-торговли,
- Прочие новости в сфере регулирования потребительского рынка.

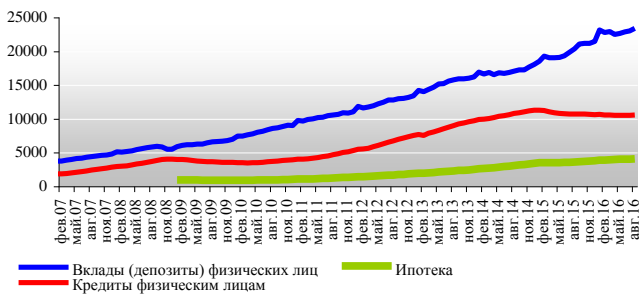
****** Демонстрационная версия. Полный текст не приводится ******

Состояние банковской системы и динамика кредитов и депозитов населения

<...> По данным ЦБ РФ доля кредитов физлицам, просроченных на квартал и более, в общем объеме ссуд гражданам на 1 октября 2016 года составила 10,3%. После всплеска во II кв. 2016 года доля "плохих" долгов к 1 октября 2016 года стала минимальной в 2016 году, достигнув уровня 1 июля 2015 года. Снижается и их объем (1,066 трлн. руб. на 1 октября 2016 года – минимум с 1 июля 2015 года).

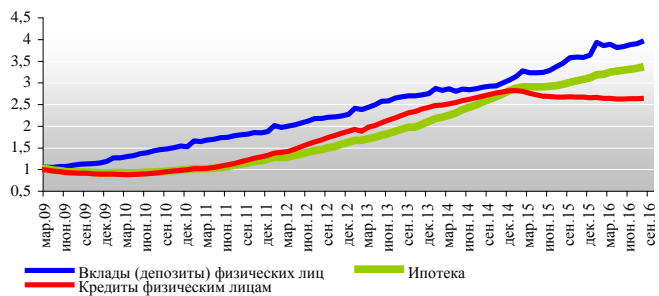
<...> По данным ЦБ РФ объем выдачи ипотечных кредитов за 9 мес. 2016 года превысил 1 трлн. руб., вплотную приблизившись к результату, достигнутому за весь 2015 год. В сентябре 2016 года сохранилась тенденция к снижению ставок.

Рисунок 6. Объем вкладов физических лиц и кредитов, выданных физическим лицам в 2009-2016 гг. в рублях и в валюте, млрд руб.



Источник: ЦБ РФ

Рисунок 7. Объем вкладов физических лиц и кредитов, выданных физическим лицам в 2009-2016 гг. в валюте, % к янв. 2009 года



Источник: ЦБ РФ

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

Доходы, расходы и предпочтения потребителей

Доходы и расходы населения

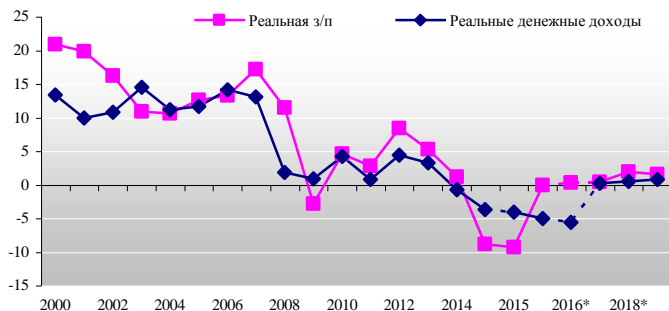
<...> Доходы населения продолжают снижаться 23 месяц подряд, однако, по итогам сентября 2016 г. снижение значительно замедлилось, и спад составил 2,8%.

<...> Население продолжает пессимистично оценивать возможности по финансированию необязательных расходов: так, индекс, оценивающий условия для крупных приобретений, в III кв. 2016 г. снизился с -26% до -27%. В то же время сети FMCG констатируют стагнацию спроса на продовольственные товары в физическом выражении. При этом, по оценкам потребителей, рост цен на продукты в III кв. 2016 г. относительно III кв. 2015 г. составил 14,4%, что выше, чем официальный показатель инфляции по оценкам ФСГС, который составил около 4,7%.



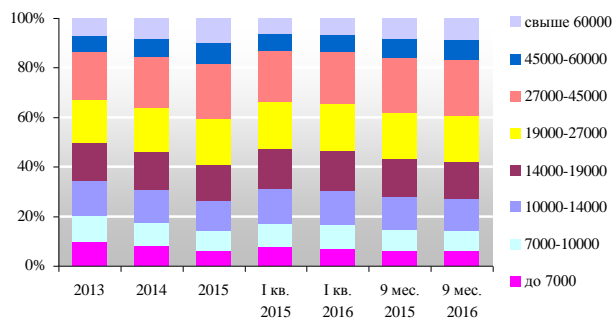
<...> В октябре 2016 г. Минэкономразвития РФ вновь ухудшило прогноз по реальным доходам до -5,6% по базовому сценарию против -4,7-4,9%, (озвучен в сентябре 2016 г.). Новый прогноз предполагает рост реальных доходов в 2017 г. всего на 0,2%, в 2018 г. – на 0,5%, а в 2019 г. – на 0,8%. Реальная заработная плата в 2016 г. согласно прогнозу вырастет на 0,3% (в сентябре 2016 г. озвучивался рост на 0,5-0,7%), в 2017 г. –0,4%, в 2018 г. – 2%, в 2019 г. – 1,6%. <...>

Рисунок 8. Динамика реальной заработной платы и реальных доходов населения в 2000-2015 гг. и прогноз на 2016-2019 гг. (базовый), %



Источник: ФСГС

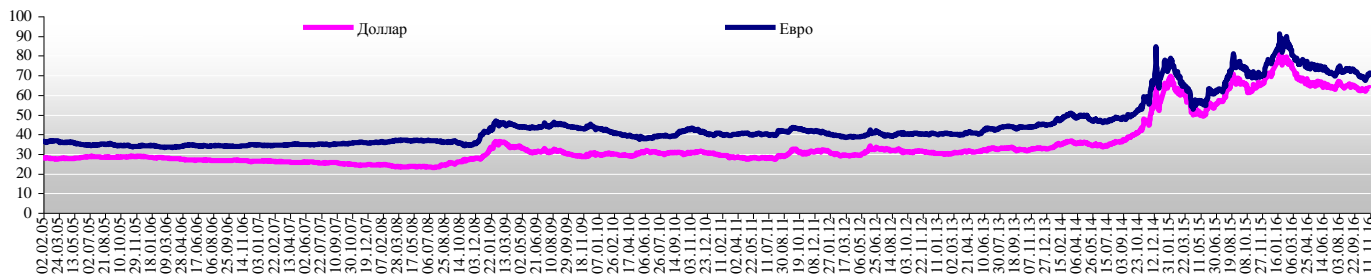
Рисунок 9. Распределение населения по величине среднедушевых доходов в 2013-2016 гг., %



Источник: ФСГС

<...> 20 января 2016 года был зафиксирован исторический минимум котировок нефти на уровне 27 долл. за баррель (прогноз развития РФ на 2016-2019 гг. исходит из уровня не менее 40 долл. за баррель). Так, 9 ноября 2016 года (после новостей о победе Трампа) фондовый рынок США открылся в минусе (в "красной зоне"), в связи с волнением о непредсказуемости экономической политики нового президента, оглашенной в его предвыборной кампании. По состоянию на 11 ноября 2016 года цена на нефть установилась на уровне 46,63 руб. за баррель, а курсы валют сократились до 63,42 руб. за долл. и 69,34 руб. за евро. <...>

Рисунок 10. Динамика курса доллара и евро в 2006-2016 гг., руб.

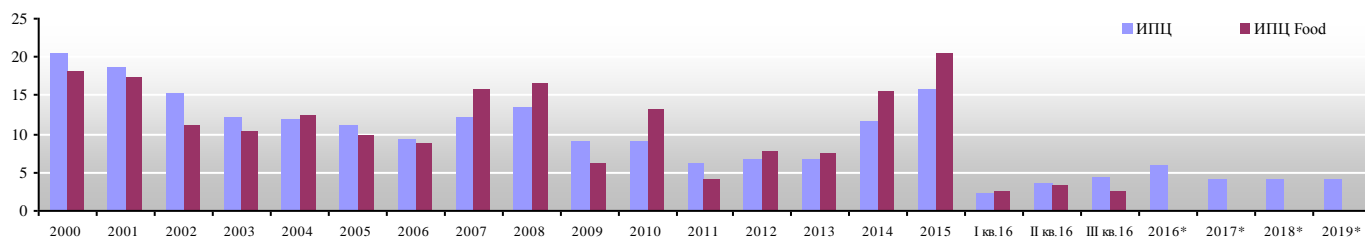


Источник: ЦБ РФ

Инфляция на рынке продовольственных и непродовольственных товаров

<...> Согласно обновленному базовому прогнозу МЭР на 2017-2019 гг., который был внесен в Госдуму РФ 28 октября 2016 года, в 2016 году (на конец года) инфляция составит 5,8%, в 2017 году инфляция составит 4%, в 2018 – 4% и в 2019 году – 4%. Этот показатель входит в общий негативный прогноз экономического развития России в течение трёх ближайших лет. В документе, ухудшилось большинство показателей, по сравнению с аналогичным апрельским прогнозом. <...>

Рисунок 11. Индекс потребительских цен на конец периода в 2000-2016 гг., % к декабрю предыдущего года и прогноз на 2016-2019 гг. (базовый) гг.



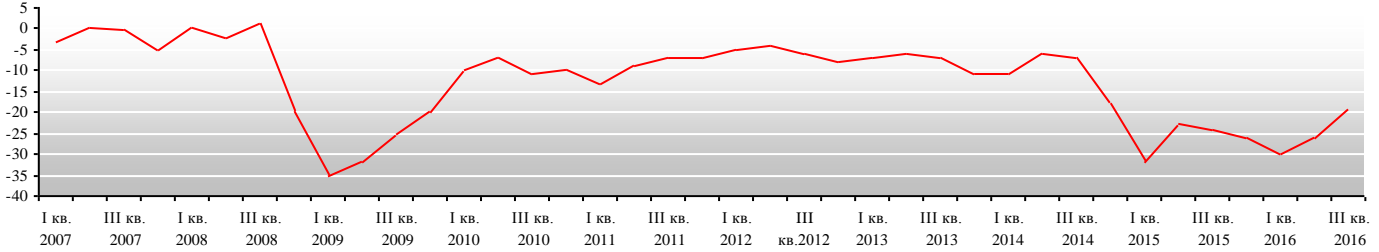
Источник: ФСГС

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

Потребительские ожидания и уверенность населения

<...> В сентябре 2016 г. инфляционные ожидания граждан существенно снизились. Хотя большинство граждан продолжает экономить на повседневных товарах, индекс ЦБ ФР потребительских настроений граждан в августе 2016 года продолжил расти благодаря ожиданиям (настроения в отношении текущего потребления ухудшились).

Рисунок 12. Индекс уверенности потребителей России в 2007-2016 гг.

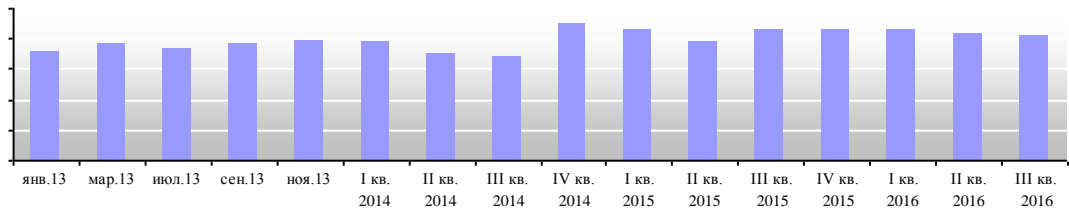


Источник: ФСГС

Потребительское поведение населения

В 2016 году сохраняется высокая чувствительность потребителей к уровням цен и сильная тенденция к переходу на более дешевые товары, все же есть признаки дальнейшей нормализации потребительских привычек – возможно, это указывает на то, что восстановление приближается (даже если оно будет постепенным). Доля респондентов, считающих экономическую ситуацию нестабильной или крайне нестабильной в янв. 2013-сент. 2016 гг. представлена на диаграмме.

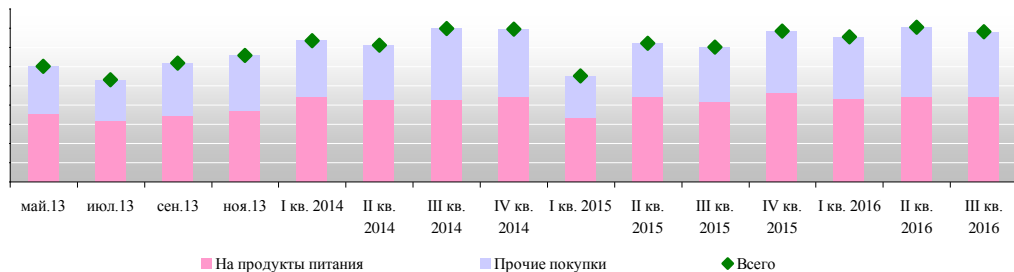
Рисунок 13. Доля респондентов, считающих экономическую ситуацию нестабильной или крайне нестабильной



Источник: Sberbank Investment Research

<...> Экономическая ситуация сместила не только цели обеспеченных россиян, но и их покупательское поведение: потребление стало более осторожным, наблюдается сокращение расходов и переключение на более дешевые аналоги. <...> Тем не менее, только ...% обеспеченных россиян отметили, что их затронул экономический кризис, и они стараются сокращать расходы, тогда как почти половина (...%) сказали, что сбережения позволяют им не сокращать свои расходы из-за кризиса. Расходы населения, без учета выплат ипотечных кредитов и услуг ЖК в августе-сентябре сократились на ...% по сравнению со II кв. до ... руб. в день.

Рисунок 14. Сколько денег вы потратили вчера, руб.



Источник: CINT, Sberbank Investment Research

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



Раздел II. Рейтинг крупнейших ритейлеров INFOLine Retail Russia TOP-100

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 2015-2016 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":

- сети FMCG, развивающие в России бренд SPAR по франчайзингу;
- сети DIY "СТД Петрович" и "СатурнСтройМаркет", у которых в общей выручке большая доля приходится на корпоративных и мелкооптовых клиентов;
- "Почта России", у которой реализация товаров населению является не основным видом деятельности и занимает всего 11% от общего объема реализации;
- компания "Стокманн", которая сворачивает свою деятельность на территории России;
- интернет-магазин Exist.ru, реализующий автозапчасти для автомобилей, которые не попадают в анализируемые товарные категории.

С точки зрения учета в рейтинге компаний, участвовавших в сделках M&A, ИА INFOLine придерживается следующего подхода: если слияние произошло в 2015 году, то компании отражены в Рейтинге совместно с выручкой по проформе (суммирование выручки двух отдельных компаний), а если сделка произошла в 2016 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 округа¹) 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 дрогерии, мебель, мобильные устройства, одежда и обувь, спортивные товары, строительные материалы и товары для дома и смешанный ассортимент.

Среди участников рейтинга INFOLine Retail Russia TOP-100 выделяются розничные группы, под которыми специалисты ИА INFOLine подразумевают группы, развивающие сети из разных сегментов торговли. Наиболее крупными являются: Ассоциацию семьи Мюлье (Leroy Merlin, "Ашан", Decathlon, Kiabi); Metro Group (Metro и Media Markt); Группа Дмитрия Костыгина и Августа Майера ("Юлмарт", "Рив Гош" и "Улыбка Радуги"); Inventive Retail Group, Группа компаний Bosco di Ciliegi, Группа Mercury и др.

Компании в Рейтинге ранжируются по показателю чистой выручки в 2015 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 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.

Состояние сетевой торговли России и показатели TOP-100 ритейлеров

<...> Совокупная выручка 100 крупнейших ритейлеров России в 2015 году превысила 6,2 трлн руб. (30,8% оборота розничной торговли без учета торговли автомобилями и топливом, или на 2 проц. пункта больше чем в 2014 году), увеличившись на 13,6%, причем выручка десяти крупнейших ритейлеров составила 3,4 трлн руб. Сравнительный анализ параметров рейтинга INFOLine Retail Russia TOP-100 в 2011-2015 гг. представлен в таблице.

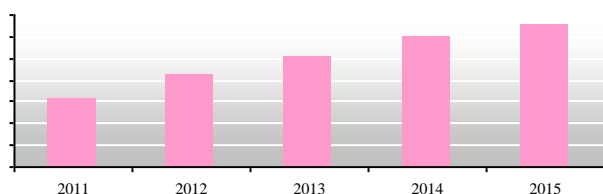
Таблица 2. Сравнительный анализ параметров рейтинга INFOLine Retail Russia TOP-100 в 2011-2015 гг.

Показатель	2011	2012	2013	2014	2015
Оборот розничной торговли, млрд руб. с учетом НДС	19083	21394	23668	26356	27578
Чистая совокупная розничная выручка TOP-100, млрд руб. без НДС	3208,3	3930,2	4617,1	5509,8	6259,4
Чистая совокупная розничная выручка TOP-10, млрд руб. без НДС	1681,5	2024,0	2393,2	2879,5	3407,9
Доля TOP-10 в общей выручке TOP-100, %	52,4%	51,5%	51,8%	52,3%	54,4%
Чистая выручка крупнейшей сети, млрд руб. без НДС	453	490	580	763	948
Порог чистой выручки для попадания в TOP-100, млрд руб. без НДС	6,3	8,4	10,2	12,0	13,0
Доля TOP-100 на рынке розничной торговли в России, %	21,9%	24,4%	27,2%	28,8%	30,9%
Совокупная торговая площадь TOP-100 крупнейших сетей, тыс. кв. м.	14145,0	17111,9	19554,8	22508,3	25602,5
Совокупная торговая площадь TOP-10 крупнейших сетей, тыс. кв. м.	6563,5	7853,6	9111,5	10668,6	12611,8
Доля TOP-10 в общей торговой площади TOP-100, %	46,4%	45,9%	46,6%	47,4%	49,3%
Общее количество магазинов TOP-100 крупнейших сетей, ед.	38354	46698	51200	58736	68203

Источник: INFOLine Retail Russia TOP-100, расчеты ИА INFOLine

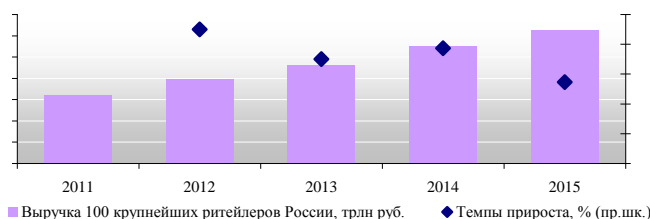
****** Демонстрация. Полный текст не приводится ******

Рисунок 15. Динамика порога чистой выручки для попадания в TOP-100 крупнейших ритейлеров России в 2011-2015 гг., млрд руб.



Источник: данные ИА INFOLine

Рисунок 16. Динамика чистой выручки 100 крупнейших ритейлеров России в 2011-2015 гг., трлн руб.



Источник: данные и расчеты ИА INFOLine

<...> В 2015 году в рейтинг INFOLine Retail Russia TOP-100 вошли 7 новых торговых сетей, в том числе 4 торговые сети Fashion. Сети, выбывшие и появившиеся в рейтинге INFOLine Retail Russia TOP-100 по итогам 2014 года представлены в таблице.

Таблица 3. Сети, выбывшие и появившиеся в рейтинге INFOLine Retail Russia TOP-100 по итогам 2015 года

Сегмент	Выбыли из рейтинга в 2015 году	Появились в рейтинге в 2015 году
FMCG	Система Чибис, ООО; РегионМарт, ЗАО и др. (Чибис, Поляна, Спутник, SPAR) Молл, ООО Молния, Молния-Экспресс, SPAR Призма, ООО (Prisma)	Альбион-2002, ООО (Бристоль)
Fashion	Одежда 3000, ЗАО (Modis) Стокманн, АО (Стокманн)	Ре Трэйдинг, ООО (Reserved, Cropp, House, Mohito, Sinsay) Октобл, ООО (Decathlon)
Бытовая и компьютерная техника	Компания Рембыттехника, ООО (ЭКСПЕРТ, RBT.ru, Техно-сток)	-
Online	Эдил- Импорт, ООО (HOLODILNIK.RU, ТЕХНИКА.РУ, ДЕШЕВЛЕ.РУ)	Интернет решения, ООО (Ozon.ru и др.) Купишуз, ООО (Lamoda) Приват Трэйд, ООО (KupiVip.ru, sapato.ru)
DIY&Household и мебель	-	Кротекс, АО (Твой Дом)
Аптеки, Косметика и дрoгери, Мобильные устройства, Детские товары	Без изменений	

Источник: данные ИА INFOLine

По итогам 2016 года Рейтинг покинут: сеть обуви "Центробувь" и сеть детских товаров "Здоровый малыш и Дети", закрывшие все свои магазины в течение года; сеть аптек "А5", объединившаяся с компанией "Аптеки 36,6".

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



Лидеры сегментов и отдельных показателей

Таблица 4. Лидеры сегментов Рейтинга INFOLine Retail Russia TOP-100 по итогам 2015 года

Сегмент	Юридическое лицо	Бренд	Логотип	Место в Рейтинге TOP-100	Изменение места	Выручка 2015, млрд руб., без НДС
FMCG	Магнит, ОАО	Магнит, Гипермаркет Магнит, Магнит-косметик		1	→	947,8
***	***	***	***	***	***	***

аптеки

Ригла, ООО

Ригла, Будь здоров! и др.



РИГЛА

Источник: рейтинг INFOLine Retail Russia TOP-100, расчеты ИА INFOLine

43

↑+3

Полный текст подраздела содержит: динамику показателей развития крупнейших ритейлеров в 2011-2015 гг. по типу сети и по сегментам

Рейтинг TOP-100 ритейлеров по выручке

Таблица 5. Рейтинг 100 крупнейших ритейлеров по выручке в 2013-I пол. 2016¹ гг.

№	Основное операционное юридическое лицо	Бренд	Сегмент ²	Основные форматы ³	Данные по выручке	Выручка, млрд руб.			Динамика, %	
						2014	2015	I пол. 2016	2015/2014	I пол. 2016/ I пол. 2015
1	Тандер, АО	Магнит, Гипермаркет Магнит, Магнит Семейный	FMCG	Г, С, Д	МСФО (розничная выручка)	743,0	907,7	491,5	22,2%	12,2%
2	ТД Перекресток, ЗАО и др.	Карусель, Пятерочка, Перекресток, Перекресток-Экспресс, Перекресток Гипер	FMCG	Г, С, М, Д	МСФО (розничная выручка)	631,9	804,1	480,3	27,3%	26,2%
3	Ашан, ООО	Ашан, Ашан-Сити, Наша Радуга	FMCG	Г, М	оценка	314,8	345,7	170,8	9,8%	4,0%
4	ДИКСИ Юг, АО	Мегамарт, Минимарт, Дикси, Виктория, Квартал, Дешево, Кэш	FMCG	Г, С, М, Д	МСФО (розничная выручка)	227,1	270,5	157,2	19,1%	20,3%
5	Лента, ООО	Лента	FMCG	Г, С	МСФО (общая выручка)	194,0	252,8	140,1	30,3%	21,9%
6	МЕТРО Кэш энд Керри, ООО	МЕТРО, МЕТРО Punct, real,-	FMCG	Г, С, И-М	оценка	209,5	225,0	113,0	7,4%	5,6%
7	О'КЕЙ, ООО; Фреш Маркет, ООО	О'КЕЙ, О'КЕЙ-Экспресс, ДА!	FMCG	Г, С, Д, И-М	МСФО (общая выручка)	152,0	162,5	82,4	6,9%	10,0%
8	М.видео Менеджмент, ООО	М.видео	БиКТ	Г, С, И-М	МСФО	172,7	161,7	83,6	-6,4%	18,6%
9	Леруа Мерлен Восток, ООО	Leroy Merlin	DIY&HH и мебель	Г, И-М	оценка	118,6	143,0	65,0	20,6%	5,5%
10	Компьютер Трейд, ООО и др.	DNS, Фрау Техника	БиКТ	С, М, И-М	УО	115,9	135,0	62,6	16,5%	11,0%
***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***

Источник: рейтинг INFOLine Retail Russia TOP-100, расчеты ИА INFOLine

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

¹ Выручка без НДС за I пол. 2016 г. по всем ТОП-100 ритейлерам представлена в Расширенной версии, в Стандартной версии представлены данные по крупнейшим ритейлерам (ТОП-30).

² БиКТ – бытовая и компьютерная техника, МУ – мобильные устройства, КиД – косметика и дерогери, ДТ – детские товары, DIY&HH и мебель – DIY&Houshold и мебель, А – аптеки, СА – смешанный ассортимент, Авто. – автозапчасти.

³ Гипермаркет – Г, Супермаркет – С, Магазин – М, Салон – Сн, Стройбаза – Сб, Интернет-магазин – И-М, Каталог –К, Пункт выдачи – ПВ.

Рейтинг 100 крупнейших ритейлеров по количеству магазинов

Таблица 6. Рейтинг 100 крупнейших ритейлеров по количеству собственных магазинов на территории России в 2013-I пол. 2016 гг.

№	Основное операционное юридическое лицо	Бренд	Сегмент	Основные форматы	Количество магазинов на конец периода			
					2013	2014	2015	I пол. 2016
1	Тандер, АО	Магнит, Гипермаркет Магнит, Магнит Семейный	FMCG	Г, С, Д	7407	8631	9968	10300
2	ТД Перекресток, ЗАО и др.	Карусель, Пятерочка, Перекресток, Перекресток-Экспресс, Перекресток Гипер	FMCG	Г, С, М, Д	4544	5483	7020	7936
3	Ашан, ООО	Ашан, Ашан-Сити, Наша Радуга	FMCG	Г, М	78	84	96	100
4	ДИКСИ Юг, АО	Мегамарт, Минимарт, Дикси, Виктория, Квартал, Дешево, Кэш	FMCG	Г, С, М, Д	1799	2195	2708	2758
5	Лента, ООО	Лента	FMCG	Г, С	87	132	172	189
***	***	***	***	***	***	***	***	***

Источник: рейтинг INFOLine Retail Russia TOP-100, расчеты ИА INFOLine

Рейтинг 100 крупнейших ритейлеров по величине торговых площадей

Таблица 7. Рейтинг 100 крупнейших ритейлеров по величине торговых площадей собственных магазинов на территории России в 2013-I пол. 2016 гг.

№	Основное операционное юридическое лицо	Бренд	Сегмент	Основные форматы	Общая торговая площадь на конец периода, тыс. кв. м				Динамика, %		
					2013	2014	2015	I пол. 2016	2014/2013	2015/2014	I пол. 2016/2015
1	Тандер, АО	Магнит, Гипермаркет Магнит, Магнит Семейный	FMCG	Г, С, Д	2848,3	3341,5	3928,9	4083,7	17,3%	17,6%	3,9%
2	ТД Перекресток, ЗАО и др.	Карусель, Пятерочка, Перекресток, Перекресток-Экспресс, Перекресток Гипер	FMCG	Г, С, М, Д	2222,9	2572,2	3333,2	3747,4	15,7%	29,6%	12,4%
3	Ашан, ООО	Ашан, Ашан-Сити, Наша Радуга	FMCG	Г, М	731,3	779,9	835,6	858,8	6,6%	7,1%	2,8%
4	ДИКСИ Юг, АО	Мегамарт, Минимарт, Дикси, Виктория, Квартал, Дешево, Кэш	FMCG	Г, С, М, Д	617,2	746,5	907,6	935,7	21,0%	21,6%	3,1%
5	Лента, ООО	Лента	FMCG	Г, С	505,7	700,8	882,4	922,9	38,6%	25,9%	4,6%
***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***

Источник: рейтинг INFOLine Retail Russia TOP-100, расчеты ИА INFOLine

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

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 III. Анализ взаимодействия розничных сетей России с финансовыми рынками

Анализ взаимодействия сетей Non-Food России с финансовыми рынками

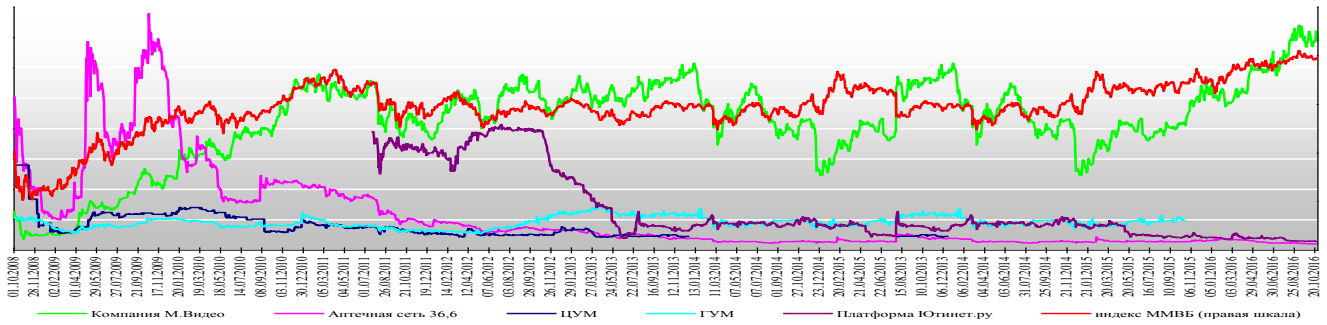
Облигационные займы

<...> Перспективы развития российского рынка облигаций в 2016 году будут зависеть от дальнейшего снижения ключевой ставки. При условии снижения процентной ставки, рынок публичных заимствований может стать привлекательным для новых эмитентов, которые были готовы выйти на него еще в прошлом году, но откладывали размещение по причине неблагоприятной экономической конъюнктуры. Также факторами риска будут являться – внешние (геополитические риски, падение цен на нефть) и внутренние (ослабление рубля, высокая процентная ставка) факторы.

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

<...> 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. <...>

Рисунок 17. Динамика курсов акций крупнейших публичных Non-Food ритейлеров России в окт.2008 – окт.2016 гг.



Источник: ОАО "Московская Биржа ММВБ-РТС"

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

Таблица 5. Банкротства крупнейших российских Non-Food ритейлеров в 2009-2016 гг.

Год	Компания, бренд	Сегмент	Описание процедуры банкротства
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

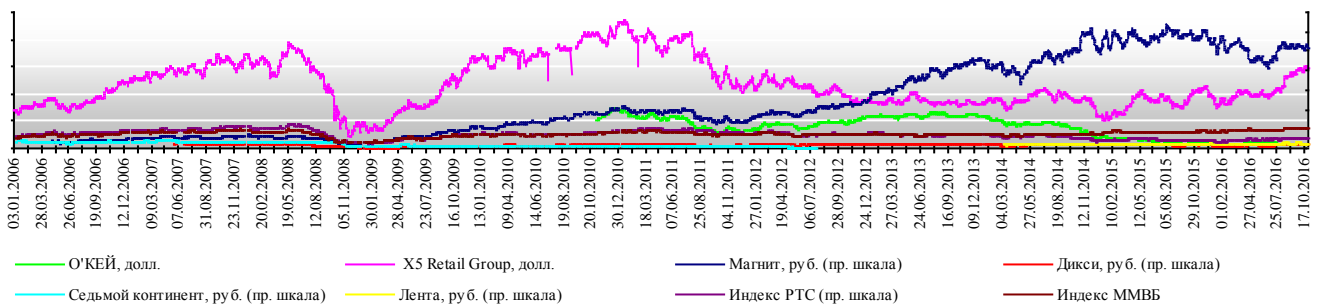
****** Демо-версия. Полный текст не приводится ******

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

Анализ взаимодействия сетей FMCG России с финансовыми рынками

<...> В феврале 2016 года стало известно, что Metro AG отказалась от планов проводить IPO своего российского подразделения Metro Cash & Carry. Продать до 25% этого бизнеса на Лондонской бирже (LSE) компания собиралась еще с 2013 года, однако отложила эти планы после обострения отношений между Россией и Украиной. Из-за конфликта на Украине немецкая компания была вынуждена перенести сроки IPO на неопределенный срок, но неоднократно подтверждала, что не отказывается от своих планов.

Рисунок 18. Динамика курсов акций публичных ритейлеров FMCG России в январе 2006 – октябрь 2016 гг.



Источник: данные ИА INFOLine

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

Раздел IV. Конъюнктура рынка M&A в ритейле России

****** 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 и лекарственных средств

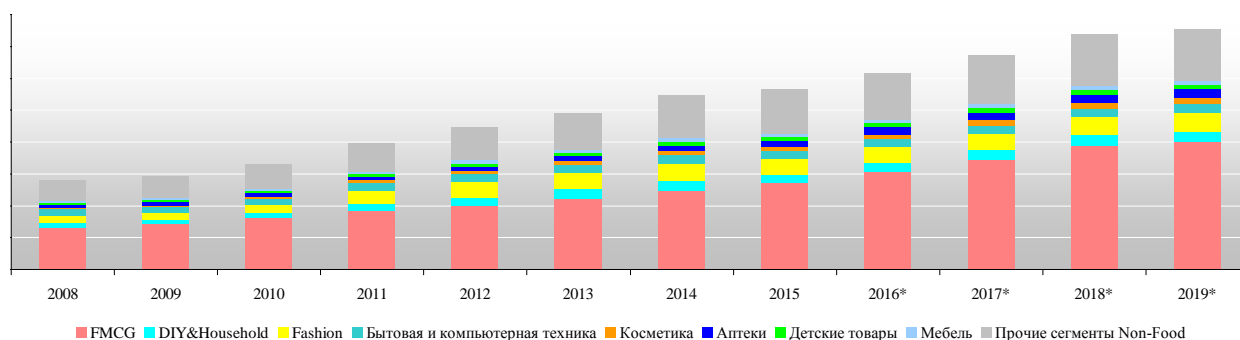
Часть II. Состояние розничной торговли России по сегментам

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

Тенденции развития, динамика и структура розничной торговли России

За 9 мес. 2016 г. рост розничных продаж в рублях продемонстрировали большинство сегментов розничной торговли. Исключение составили рынки DIY, Household и мебель, где падение продаж даже ускорилось в III кв. 2016 г.; а также легковых автомобилей, одежды и обуви, на которых динамика III кв. была незначительно лучше, чем во II кв. 2016 г. Драйвером роста продаж у большинства ритейлеров в сегменте непродовольственных товаров является online. <...>

Рисунок 354. Динамика оборота розничной торговли по сегментам в 2008-2015 гг. и прогноз до 2019 г., млрд. руб.



Источник: данные ФСГС, прогнозы ИА INFOLine

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

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

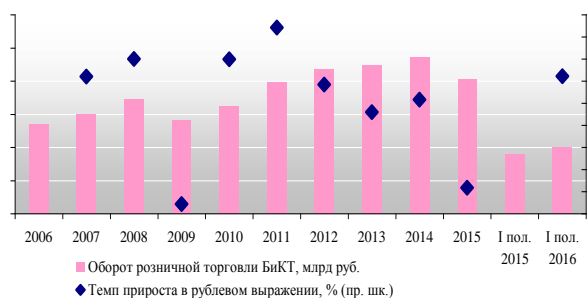
В демо-версии приводится пример по сегменту бытовой и компьютерной техники и online торговле

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

Тенденции развития сегмента БИКТ в 2016 году

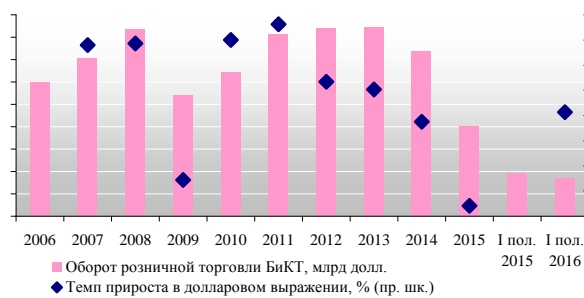
<...> По итогам I пол. 2016 года оборот розничной торговли БИКТ на ...% превысил значение I пол. 2015 года. Динамика оборота розничной торговли в сегменте бытовой и компьютерной техники в 2006-I пол. 2016 гг. в рублевом и долларом выражении представлена на диаграммах.

Рисунок 36019. Динамика оборота розничной торговли БИКТ в РФ в 2006-I пол. 2016 гг., млрд руб.



Источник: данные и расчеты ИА INFOLine

Рисунок 36120. Динамика оборота розничной торговли БИКТ в РФ в 2006-I пол. 2016 гг., млрд долл.



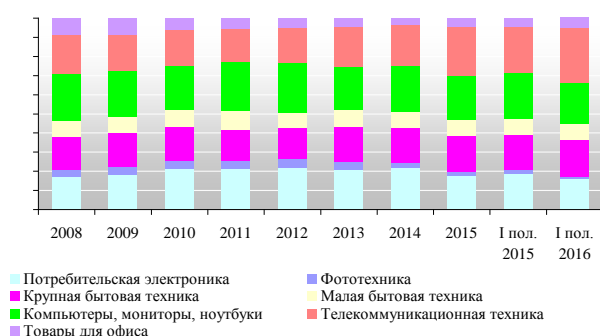
Источник: данные и расчеты ИА INFOLine

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

Развитие сегмента БиКТ в разрезе товарных категорий

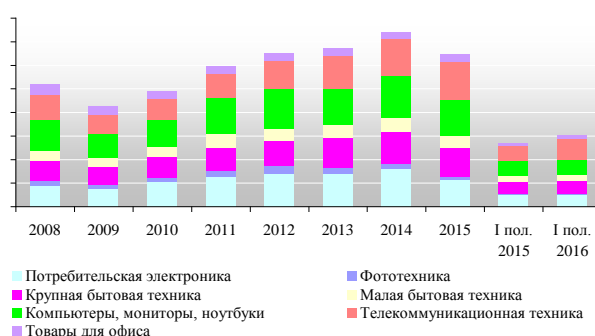
<...> В I пол. 2016 гг. продолжилась тенденция диверсификации ассортимента. Сети, изначально продававшие компьютерную технику, добавили бытовую технику, а сети бытовой техники стали развивать продажи компьютеров, мобильных устройств и гаджетов. Наряду с этим крупные ритейлеры расширили ассортимент новыми товарными категориями: сеть "Эльдорадо" включила в свою продуктовую линейку детские товары, товары для дома и сада, кухонные принадлежности, инструмент для ремонта, парфюмерию и косметику. В июле 2016 г. ритейлер анонсировал предстоящее добавление новой товарной группы – "сантехника", однако по состоянию на 01.10.2016 г. товары данной категории в ассортименте "Эльдорадо" не представлены. Расширяет ассортимент и online-ритейлер "Юлмарт". В 2016 году в ассортимент были введены категории: спортивное питание, лекарственные препараты, товары для взрослых; а также новые услуги: шиномонтаж и колеровка краски. Также ритейлер сообщил, что рассматривает возможность выхода в сегмент ювелирных изделий. <...>

Рисунок 362. Структура продаж БиКТ по основным сегментам в 2008-I пол. 2016 гг., %



Источник: данные GfK

Рисунок 363. Динамика оборота розничной торговли БиКТ по видам товаров в 2008-I пол. 2016 гг., млрд руб.



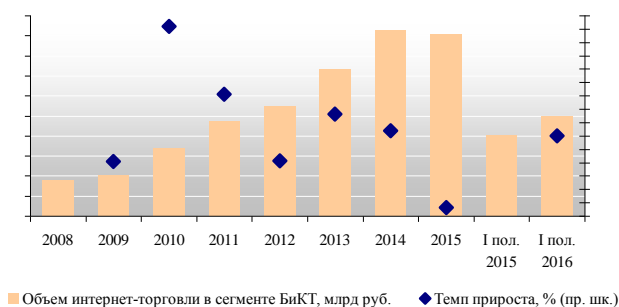
Источник: данные GfK

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

Интернет-торговля в сегменте БиКТ

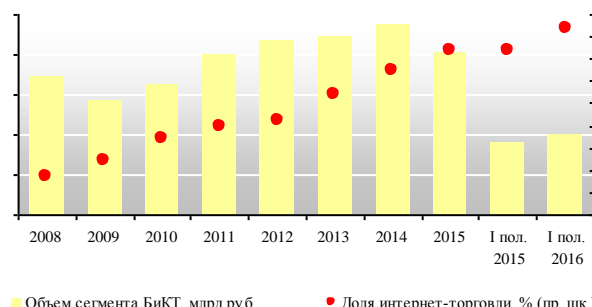
Основной тенденцией в сегменте бытовой и компьютерной техники остается развитие online торговли и движение в сторону омниканальности. Рынок интернет-торговли бытовой техники и электроники в России продолжает восстанавливаться после падения в 2015 году. В I пол. 2016 года он показал рост более чем на ...%. Кроме того, по результатам полугодия интернет-торговля в этом сегменте заняла ...% от всех розничных продаж. <...>

Рисунок 364. Динамика объема интернет-торговли в сегменте БиКТ в 2008-2015 гг.



Источник: данные и расчеты ИА INFOline

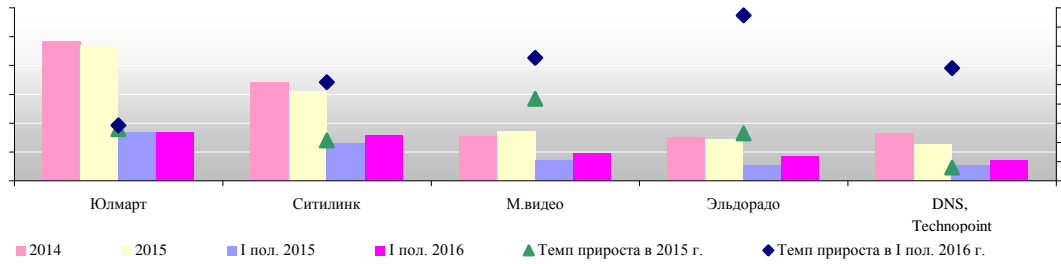
Рисунок 365. Динамика объема сегмента БиКТ и доля интернет-торговли на нем в 2008-2015 гг.



Источник: данные и расчеты ИА INFOline

Эффективное развитие продаж в интернете требует значительных инвестиций, которые направляются в информационные технологии и логистику. <...> Рейтинг TOP-5 online ритейлеров и интернет-магазинов в сегменте бытовой и компьютерной техники по итогам I пол. 2016 года представлен на диаграмме.

Рисунок 366. Рейтинг TOP-5 online ритейлеров в сегменте бытовой и компьютерной техники в 2014-I пол. 2016 г.



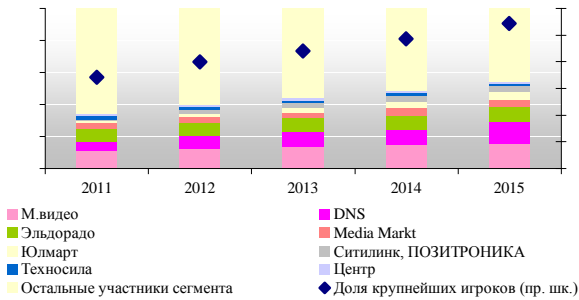
Источник: данные компаний, оценки ИА INFOLine

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

Консолидация и инвестиционная активность в сегменте БиКТ

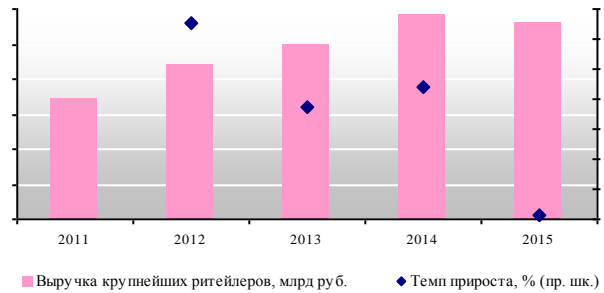
Российский рынок БиКТ близок к насыщению. На TOP-8 крупнейших сетей сегмента бытовой и компьютерной техники приходится ...% рынка, а, в частности, на лидера сегмента – сеть "М.видео" – ...%. К консолидации приводит усиление конкуренции в сегменте бытовой и компьютерной техники. <...>

Рисунок 367. Уровень концентрации сетевого ритейла в сегменте БиКТ в 2011-2015 гг., %



Источник: данные и расчеты ИА INFOLine

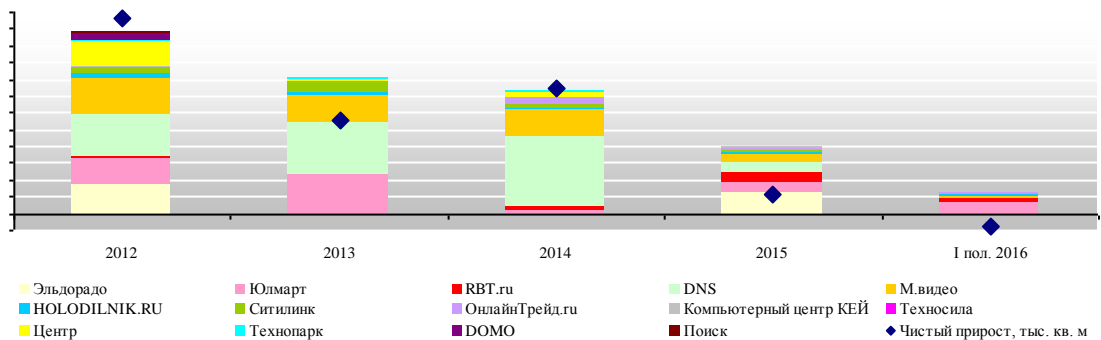
Рисунок 368. Динамика выручки крупнейших ритейлеров сегмента БиКТ, вошедших в Рейтинг INFOLine Retail Russia TOP-100, в 2011-2015 гг.



Источник: данные и расчеты ИА INFOLine

Инвестиционная активность участников сегмента диктуется стратегиями развития сетей, и находится под влиянием как трендов, сформированных внутри сегмента, так и макроэкономических факторов. <...> Динамика прироста торговой площади крупнейших ритейлеров сегмента БиКТ в 2012-I пол. 2016 гг. представлена на диаграмме.

Рисунок 369. Динамика прироста торговой площади крупнейших ритейлеров сегмента БиКТ в 2012-I пол. 2016 гг., тыс. кв. м



Источник: данные и расчеты ИА INFOLine

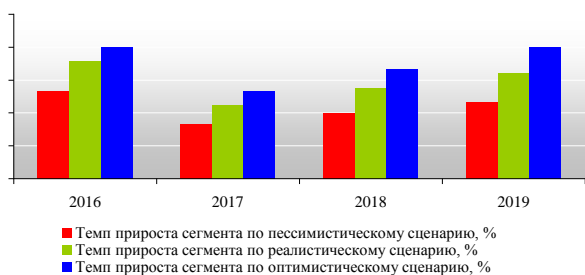
**** Демо-версия. Полный текст не приводится ****

Прогноз развития сегмента БиКТ

В 2016 году рынок бытовой и компьютерной техники демонстрирует восстановление: происходит рост в денежном выражении и замедление падения продаж в штуках. При этом в некоторых товарных категориях падение продаж в штуках, которое было в I пол. 2015 года, также сменилось ростом. <...>

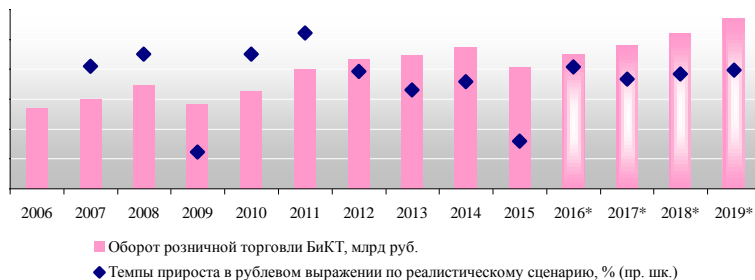


Рисунок 370. Варианты развития рынка розничной торговли БиКТ по различным сценариям в 2016-2019 гг.



Источник: данные и расчеты ИА INFOLine

Рисунок 371. Динамика оборота розничной торговли БиКТ в РФ в 2006-2015 гг. и реалистический сценарий развития на 2016-2019 гг.




Источник: данные и расчеты ИА INFOLine

В сегменте бытовой и компьютерной техники по-прежнему наблюдается волатильность спроса, однако, в целом, он демонстрирует тенденцию к восстановлению, и в среднесрочной перспективе ожидается его умеренный рост.

Перспективы развития крупнейших ритейлеров сегмента БиКТ

Основные положения стратегии и перспективы регионального развития на 2016-2018 гг. крупнейших ритейлеров сегмента "Бытовая и компьютерная техника" представлены в таблице.

Таблица 6. Перспективы развития крупнейших ритейлеров сегмента "Бытовая и компьютерная техника"

Название сети	Стратегии и перспективы развития
 М.видео нам не всё равно	"М.видео" последовательно реализует омниканальную стратегию развития. По данным компании, более ...% покупателей начинают свою коммуникацию с торговой сетью в интернете, при этом неуклонно растет доля посещений и покупок со смартфонов и планшетов. "М.видео" развивает сайт и его мобильную версию, одновременно осуществляя органический рост торговой сети. Онлайн-продажи демонстрируют устойчивый рост как за счет доставки на дом, так и самовывоза из магазинов (...% интернет-продаж). <...> В планах "М.видео" – увеличение доли online-продаж до ...%. <...> Стратегия ритейлера не предусматривает покупки действующих игроков на рынке. <...> Компания предлагает совместные с производителем промопредложения или эксклюзивные условия на определенную линейку товаров. <...> В среднесрочной перспективе "М.видео" направит усилия на дальнейшее укрепление лидерских позиций в сегменте БиКТ за счет развития омниканальной модели продаж и эффективной работы с операционными расходами, ассортиментом и ценовой политикой. "М.видео" планирует запустить в 2017 году проект, который станет прямым конкурентом "Яндекс.Маркету", – торговую online-площадку (marketplace) "М.маркет". Отличием от "Яндекс.Маркета" станет наличие собственной гарантии, доставки, оплаты и др. На площадке будут представлены не только профильные для ритейлера товары, но и продукция из таких категорий, как электроинструменты, детские и спортивные товары, одежда. <...>

Источник: ИА INFOLine по данным компаний

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

Рейтинг крупнейших ритейлеров сегмента БиКТ

Ранговый рейтинг сегмента БиКТ

В 2015 году лидер в сегменте БиКТ не изменился. В течение года развитие "М.видео" осуществлялось в русле реализации мультиканальной стратегии, объединяющей offline- и online-продажи. <...> Второе место по объему выручки в 2015 году заняла сеть DNS. Высокий показатель роста выручки стал следствием интенсивного расширения торговой сети и значительных скидок от поставщиков при оптовых закупках. <...> В 2015 году из Рейтинга ТОП-15 крупнейших сетей БиКТ вышел IQ One Holdings в связи со сворачиванием деятельности торговых направлений. Так, платформы "Сотмаркет" (sotmarket.ru) и "Ютинет" (utinet.ru) в 2015 году были закрыты. <...> Новым участником Рейтинга в 2015 году стала ГК "Поиск" (Ростов-на-Дону), развивающая сеть Poisk Home. С 1991 года сеть "Поиск" специализировалась на бытовой и компьютерной технике, затем в 2014 году сеть была ребрендирована в Poisk Home, а ассортимент значительно расширен категориями товаров для дома.

Таблица 7. Ранговый рейтинг крупнейших сетей сегмента БиКТ в 2014-2015 гг.

Основное операционное юридическое лицо	Бренд	Место в сегменте		Изменение места
		2014	2015	
М.видео Менеджмент, ООО ***	М.видео ***	1 ***	1 ***	→ ***

Источник: данные и расчеты ИА INFOLine

Рейтинг крупнейших ритейлеров сегмента БиКТ по выручке

Для более глубокого отражения ситуации в сегменте специалистами ИА INFOLine были описаны участники рынка с выручкой более 5 млрд руб. Рейтинг крупнейших ритейлеров сегмента БиКТ по выручке в 2011-2015 гг. представлен в таблице.

Таблица 8. Рейтинг крупнейших ритейлеров сегмента БиКТ по выручке в 2011-2015 гг., млрд руб. без учета НДС

№	Основное операционное юридическое лицо	Бренд	Данные	2011	2012	2013	2014	2015	Темп прироста, %			
									2012/2011	2013/2012	2014/2013	2015/2014
1	М.видео Менеджмент, ООО	М.видео	МСФО	111,9	133,6	148,0	172,7	161,7	19,4%	10,8%	16,7%	-6,4%
2	Компьютер Трейд, ООО и др.	DNS, Фрау Техника	УО	***	***	***	***	***	***	***	***	***
3	Эльдорадо, ООО	Эльдорадо	УО	***	***	***	***	***	***	***	***	***
4	Медиа-Маркт-Сатурн, ООО	Media Markt	МСФО, оценка	***	***	***	***	***	***	***	***	***
5	Юлмарт РСК, ООО	Юлмарт	УО	***	***	***	***	***	***	***	***	***
***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***

Источник: данные и расчеты ИА INFOLine

В I пол. 2016 года наиболее высокие темпы прироста выручки продемонстрировали сети "Эльдорадо" и "Техносила". Снижение выручки за тот же период наблюдается у сетей "Юлмарт" и Media Markt. Выручка крупнейших ритейлеров сегмента БиКТ по итогам I пол. 2016 года, раскрывающих промежуточные результаты продаж, представлена в таблице.

Таблица 9. Динамика выручки крупнейших ритейлеров сегмента БиКТ в I пол. 2016 года, млрд руб. без учета НДС

Основное операционное юридическое лицо	Бренд	Данные	Выручка (без НДС), млрд руб.		Темп прироста, %
			I пол. 2015	I пол. 2016	
М.видео Менеджмент, ООО	М.видео	МСФО	70,5	83,6	18,6%
Компьютер Трейд, ООО и др.	DNS, Фрау Техника	УО	***	***	***
Эльдорадо, ООО	Эльдорадо	УО	***	***	***
Медиа-Маркт-Сатурн, ООО	Media Markt	МСФО, оценка	***	***	***
Юлмарт РСК, ООО	Юлмарт	УО	***	***	***
Кронар, ООО	Ситилинк, Ситилинк mini, ПОЗИТРОНИКА, Поинт	УО	***	***	***
БизнесПро, ООО; СервисТрейд, ООО	Техносила, Е96.ru	УО	***	***	***

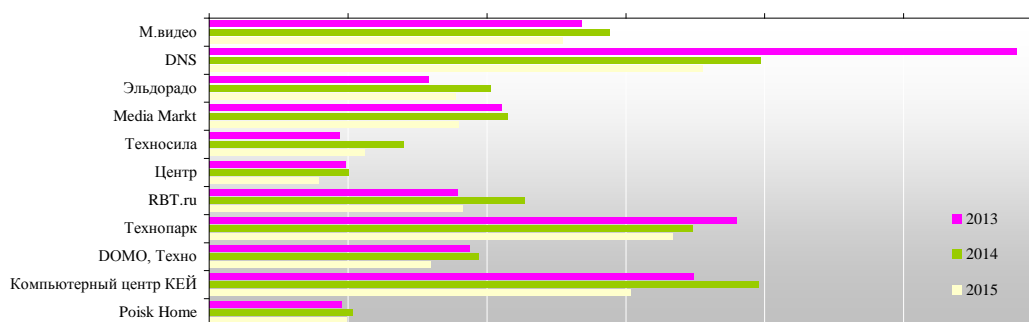
Источник: данные и расчеты ИА INFOLine

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

Рейтинг по выручке на единицу площади ритейлеров

В 2013-2015 гг. лидером по выручке на единицу площади является компания DNS, развивающая сети DNS, "DNS Фрау-Техника", DNS TechnoPoint и DNS Smart. <...> Динамика показателей выручки с квадратного метра площади крупнейших ритейлеров в сегменте БиКТ в 2013-2015 гг. представлена на диаграмме¹.

Рисунок 372. Выручка с квадратного метра торговой площади сетей рейтинга в сегменте БиКТ в 2013-2015 гг., тыс. руб.



Источник: данные и расчеты ИА INFOLine

¹ По компаниям, преимущественно развивающим online-торговлю, данный показатель не рассчитывается.



Рейтинг по финансовым показателям

Анализ финансовой эффективности сетей сегмента БИКТ проводится на основе расчета показателей рентабельности по валовой и чистой прибыли за 2013-2015 гг. Расчет показателей рентабельности производился на основе данных бухгалтерской отчетности по РСБУ и МСФО. В условиях роста закупочных цен в 2015 году почти все участники Рейтинга, за исключением крупнейших игроков, повышали цены, о чем свидетельствует рост валовой маржи. <...>

Таблица 10. Динамика рентабельности по валовой и чистой прибыли крупнейших ритейлеров сегмента БИКТ в 2013-2015 гг.

№	Основное операционное юридическое лицо	Бренд	Рентабельность по валовой прибыли, %			Рентабельность по чистой прибыли, %		
			2013	2014	2015	2013	2014	2015
1	М.видео Менеджмент, ООО	М.видео	25,9%	26,7%	24,1%	3,9%	4,7%	2,8%
2	Компьютер Трейд, ООО и др.	DNS, Фрау Техника	-	-	-	-	-	-
3	Эльдорадо, ООО	Эльдорадо	***	***	***	***	***	***
4	Медиа-Маркт-Сатурн, ООО	Media Markt	***	***	***	***	***	***
5	Юлмарт РСК, ООО	Юлмарт	***	***	***	***	***	***
***	***	***	***	***	***	***	***	***

Источник: данные и расчеты ИА INFOLine

Динамика ЕБИТДА и долговой нагрузки

Показатель ЕБИТДА рассчитывается на основании финансовой отчетности компании и служит для оценки того, насколько прибыльна основная деятельность компании¹. <...>

Таблица 11. Динамика показателя ЕБИТДА и рентабельности по ЕБИТДА основных операционных компаний сетей сегмента БИКТ в 2013-2015 гг.

№	Основное операционное юридическое лицо	Бренд	Источник ²	ЕБИТДА, млн руб.			Рентабельность по ЕБИТДА, %		
				2013	2014	2015	2013	2014	2015
1	М.видео Менеджмент, ООО	М.видео	МСФО	9400,0	13140,0	8830,0	6,3%	7,6%	5,5%
2	Компьютер Трейд, ООО и др.	DNS, Фрау Техника	-	-	-	-	-	-	-
3	Эльдорадо, ООО	Эльдорадо	О	***	***	***	***	***	***
4	Медиа-Маркт-Сатурн, ООО	Media Markt	А	***	***	***	***	***	***
5	Юлмарт РСК, ООО	Юлмарт	О	***	***	***	***	***	***
***	***	***	***	***	***	***	***	***	***

Источник: данные и расчеты ИА INFOLine

<...> Динамика показателя чистого долга и коэффициента "Чистый долг/ЕБИТДА" основных операционных компаний сетей сегмента БИКТ в 2013-2015 гг. представлены в таблице.

Таблица 12. Динамика показателя "Чистый долг" и отношения "Чистый долг/ЕБИТДА" основных операционных компаний сетей сегмента БИКТ в 2013-2015 гг.

№	Основное операционное юридическое лицо	Бренд	Источник ³	Чистый долг, млн руб.			Долг/ЕБИТДА, раз		
				2013	2014	2015	2013	2014	2015
1	М.видео Менеджмент, ООО	М.видео	МСФО	0	0	0	0	0	0
2	Компьютер Трейд, ООО и др.	DNS, Фрау Техника	-	-	-	-	-	-	-
3	Эльдорадо, ООО	Эльдорадо	О	***	***	***	***	***	***
4	Медиа-Маркт-Сатурн, ООО	Media Markt	А	***	***	***	***	***	***
5	Юлмарт РСК, ООО	Юлмарт	О	***	***	***	***	***	***
***	***	***	***	***	***	***	***	***	***

Источник: данные и расчеты ИА INFOLine

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

Рейтинг по количеству магазинов

В рейтинге по количеству магазинов учитывается количество собственных торговых объектов сети на территории России, включая пункты-выдачи интернет-магазинов. По итогам 2015 года лидером сегмента БИКТ по количеству торговых

¹ ЕБИТДА = 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).

² Расчеты показателей проведены на основе: МСФО – международных стандартов финансовой отчетности, О – данных по основной операционной компании по РСБУ; А – агрегирования данных нескольких компаний, входящих в группу компаний по РСБУ.

³ О – расчеты базируются на данных финансовой отчетности основной операционной компании сети; А – расчеты базируются на неконсолидированных данных финансовой отчетности нескольких операционных компаний сети.

объектов стала сеть DNS, под управлением которой на начало 2016 года действовали ... торговых объектов. В I пол. 2016 года компания сохранила лидерские позиции по данному показателю, увеличив сеть на ... объектов до ... ед.

Таблица 13. Динамика количества собственных магазинов сетей рейтинга сегмента БиКТ, расположенных на территории России, в 2012-I пол. 2016 гг.

№	Основное операционное юридическое лицо	Бренд	Основные форматы ¹	Количество магазинов, ед.					Прирост магазинов, ед.				
				2012	2013	2014	2015	I пол. 2016	2013	2014	2015	I пол. 2016	
1	М.видео Менеджмент, ООО	М.видео	Г, С, И-М	296	333	368	378	382	37	35	10	4	
2	Компьютер Трейд, ООО и др.	DNS, Фрау Техника	С, М, И-М	***	***	***	***	***	***	***	***	***	
3	Эльдорадо, ООО	Эльдорадо	Г, С, М, И-М	***	***	***	***	***	***	***	***	***	
4	Медиа-Маркт-Сатурн, ООО	Media Markt	Г, И-М	***	***	***	***	***	***	***	***	***	
5	Юлмарт РСК, ООО	Юлмарт	Г, С, М, И-М	***	***	***	***	***	***	***	***	***	
***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	

Источник: данные и расчеты ИА INFOLine

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

Рейтинг по торговой площади ритейлеров

По итогам 2015 года лидером по совокупной торговой площади в сегменте БиКТ стала сеть "М.видео", торговая площадь которой по итогам года составила 644 тыс. кв. м. В I пол. 2016 года компания увеличила совокупную торговую площадь на 0,8% до 649 тыс. кв. м, сохранив при этом лидерские позиции по данному показателю.

Таблица 14. Динамика торговой площади собственных магазинов крупнейших ритейлеров сегмента БиКТ, расположенных на территории России, в 2012-I пол. 2016 гг.

№	Основное операционное юридическое лицо	Бренд	Основные форматы	Торговая площадь, тыс. кв. м					Темп прироста, %				
				2012	2013	2014	2015	I пол. 2016	2013/2012	2014/2013	2015/2014	I пол. 2016/2015	
1	М.видео Менеджмент, ООО	М.видео	Г, С, И-М	537,0	582,5	630,5	644,0	649,0	8,5%	8,2%	2,1%	0,8%	
2	Компьютер Трейд, ООО и др.	DNS, Фрау Техника	С, М, И-М	***	***	***	***	***	***	***	***	***	
3	Эльдорадо, ООО	Эльдорадо	Г, С, М, И-М	***	***	***	***	***	***	***	***	***	
4	Медиа-Маркт-Сатурн, ООО	Media Markt	Г, И-М	***	***	***	***	***	***	***	***	***	
5	Юлмарт РСК, ООО	Юлмарт	Г, С, М, И-М	***	***	***	***	***	***	***	***	***	
***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	

Источник: данные и расчеты ИА INFOLine

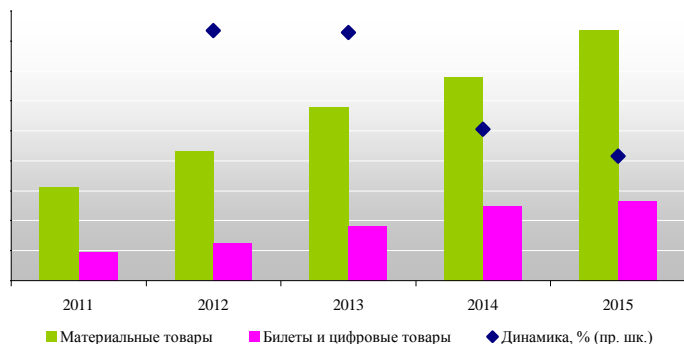
**** Демо-версия. Полный текст не приводится ****

Тенденции развития, прогнозы и рейтинги в сегменте online торговли

Развитие интернет-торговли в России

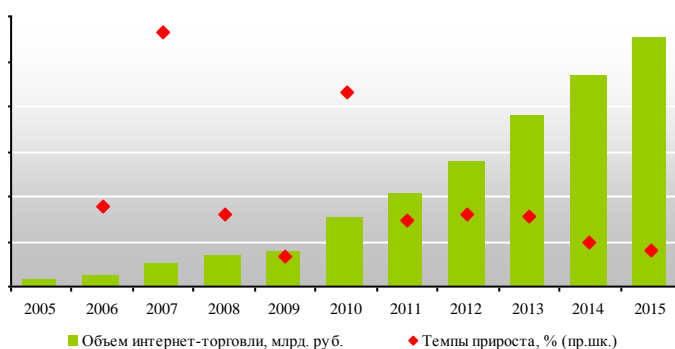
<...> Online продажи материальных товаров в 2016 г. ускорили рост, и по итогам года динамика составит более 32%. Рост трансграничной торговли опережает динамику российского e-commerce: в 2016 г. количество заказов в зарубежных интернет-магазинах увеличилось на 60-70%, а доля зарубежных компаний в online продажах в России по итогам 2016 г. составит 32% (в 2015 г. – 28%), что соответствует 350 млрд руб.

Рисунок 22. Динамика объема интернет-торговли по сегментам в России в 2011-2015 гг., млрд руб.



Источник: данные ИА INFOLine

Рисунок 23. Динамика показателей интернет-торговли в России в 2005-2015 гг., млрд руб.²



Источник: данные ИА INFOLine

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

¹ Г – гипермаркет, С – супермаркет, М – магазин, И-М – интернет-магазин

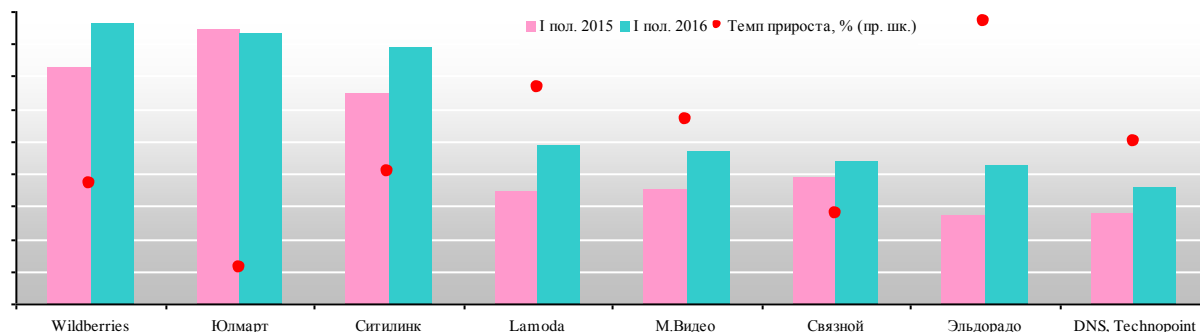
² Включая трансграничную торговлю.



Анализ интернет-продаж крупнейших ритейлеров России

В I пол. 2016 года наибольший темп роста выручки online-продаж продемонстрировала сеть "Эльдорадо" на 57,4% относительно аналогичного периода 2015 года. Также стоит отметить рост выручки интернет-продаж Wildberries¹, при этом компания значительно расширяет сеть (за I пол. 2016 г. было открыто более 200 пунктов выдачи заказов) и увеличивает региональные продажи, предлагая бесплатную доставку и примерку в более 400 фирменных пунктах самовывоза. Рейтинг интернет-магазинов крупнейших сетей РФ по итогам I пол. 2016 года представлен на диаграмме.

Рисунок 24. Рейтинг интернет-магазинов крупнейших сетей РФ по выручке в I пол. 2015-I пол. 2016 гг., млрд руб.



Источник: данные компаний, расчеты и оценки ИА INFOLine

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

Полный текст подраздела содержит: развитие online торговли крупнейшими ритейлерами в России (уровень развития интернет-торговли в России, трансграничная интернет-торговля, анализ интернет-аудитории России, региональное развитие интернет-торговли России, сервисные услуги на рынке интернет-торговли России, структура интернет-продаж в России, анализ интернет-продаж крупнейших ритейлеров России)

Перечень таблиц и графиков

Раздел I. Основные показатели экономики и розничной торговли России

Графики

- Рисунок 1. Номинальный ВВП и оборот розничной торговли РФ в 2004-2015 гг. и прогноз на 2016-2019 гг. (базовый), млрд руб.
- Рисунок 2. Динамика реального ВВП, оборота розничной торговли и реальных доходов населения в 2004-2015 гг. и прогноз на 2016-2019 гг. (базовый), %
- Рисунок 3. Динамика основных показателей потребительского рынка в 2007-2016 гг. и прогноз на 2016-2019 (базовый) гг. в % к соответствующему периоду предыдущего года
- Рисунок 4. Динамика оборота розничной торговли и денежной массы в 2007-2016 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. Индекс предпринимательской уверенности в России 2007-2016 гг.
- Рисунок 9. Оценка экономической ситуации в России в 2007-2016 гг.
- Рисунок 10. Оборот розничной торговли в России в 2007-2016 гг.
- Рисунок 11. Средняя численность работников розничной торговли в России в 2007-2016 гг.
- Рисунок 12. Уровень складских запасов России в 2007- 2016 гг.
- Рисунок 13. Ассортимент товаров в России в 2007-2016 гг.
- Рисунок 14. Цены реализации товаров в России в 2007-2016 гг.
- Рисунок 15. Средний сложившийся уровень торговой наценки в России в 2007-2016 гг.
- Рисунок 16. Инвестиции на расширение деятельности, ремонт и модернизацию предприятий розничной торговли в России в 2007-2016 гг.
- Рисунок 17. Складские площади предприятий розничной торговли в России в 2007-2016 гг.
- Рисунок 18. Обеспеченность собственными финансовыми ресурсами предприятий розничной торговли в России в 2007-2016 гг.
- Рисунок 19. Прибыль предприятий розничной торговли в России в 2007-2016 гг.
- Рисунок 20. Ключевые факторы, ограничивающие деятельность торговых организаций России в 2007-2016 гг.
- Рисунок 21. Динамика оборота розничной торговли в физическом выражении по видам товаров в 2000-2016 гг., %
- Рисунок 22. Структура оборота розничной торговли по группам товаров в 2011-2016 гг. (по месяцам), млрд руб.
- Рисунок 23. Структура оборота розничной торговли по группам товаров в 2011-2016 гг. (по месяцам), %
- Рисунок 24. Динамика доли импорта в общем объеме товарных ресурсов розничной торговли в России в 2005-2016 гг., %
- Рисунок 25. Структура формирования оборота розничной торговли в 2007-2016 гг., по видам организаций, %
- Рисунок 26. Динамика оборота торговых организаций и рынков в 2011-2016 гг. (по месяцам), трлн руб.
- Рисунок 27. Структура оборота розничной торговли по видам организаций в 2011-2016 гг. (по месяцам), %
- Рисунок 28. Динамика количества рынков в РФ и их доли в обороте розничной торговли в 2003-2016 гг.
- Рисунок 29. Индекс потребительских цен на конец периода в 2000-2016 гг., % к декабрю предыдущего года и прогноз на 2016-2019 (базовый) гг.
- Рисунок 30. Структура вклада в инфляцию в 2007-2016 гг., проц. пунктов
- Рисунок 31. Индекс потребительских цен в 2011-2016 гг., в % к предыдущему месяцу

¹ Wildberries включает выручку вне России.

- Рисунок 32. Темпы изменения цен на продовольственные товары в 2011- октябре 2016 гг., % к соответствующему периоду предыдущего года
- Рисунок 33. Динамика реальной зарплаты и реальных доходов населения в 2000-2015 гг. и прогноз на 2016-2019 гг. (базовый), %
- Рисунок 34. Динамика реальной зарплаты и реальных доходов населения в 2007-2016 гг., %
- Рисунок 35. Динамика номинальной начисленной зарплаты и среднедушевых доходов населения в 2000-2015 гг. и прогноз на 2016-2019 гг. (базовый), тыс. руб.
- Рисунок 36. Распределение населения по величине среднедушевых доходов в 2013-2016 гг., %
- Рисунок 37. Динамика курса доллара и евро в 2006-2016 гг., руб.
- Рисунок 38. Динамика среднегодового курса доллара и евро в 2003-2015 гг. и прогноз (базовый) на 2016-2019 гг., руб.
- Рисунок 39. Структура денежных доходов населения по источникам поступления в 2007-2016 гг., %
- Рисунок 40. Структура использования денежных доходов населения в 2007-2016 гг., %
- Рисунок 41. Темпы роста реальных доходов населения в 2007-2016 гг., % к аналогичному периоду пред. года
- Рисунок 42. Темпы роста реальной заработной платы в 2007-2016 гг., % к аналогичному периоду пред. года
- Рисунок 43. Объем вкладов физических лиц и кредитов, выданных физическим лицам в 2009-2016 гг. в рублях и в валюте, % к предыдущему месяцу года
- Рисунок 44. Объем вкладов физических лиц и кредитов, выданных физическим лицам в 2009-2016 гг. в рублях и в валюте, млрд руб.
- Рисунок 45. Объем вкладов физических лиц и кредитов, выданных физическим лицам в 2009-2016 гг. в рублях и в валюте, % к янв. 2009 года
- Рисунок 46. Индекс уверенности потребителей России в 2007-2016 гг.
- Рисунок 47. Оценка экономической ситуации в России потребителями в 2007-2016 гг.
- Рисунок 48. Оценка личного материального положения потребителями России в 2007-2016 гг.
- Рисунок 49. Оценка текущего положения потребителей России в 2007-2016 гг.
- Рисунок 50. Доля респондентов, считающих экономическую ситуацию нестабильной или крайне нестабильной
- Рисунок 51. Основные поводы для беспокойства
- Рисунок 52. Насколько текущие экономические условия благоприятны для сбережений
- Рисунок 53. Ответы на утверждение "Хочу жить в свое удовольствие сейчас, а о накоплениях и инвестициях позабочусь потом"
- Рисунок 54. Предпочтения обеспеченных россиян в 2013-2016 гг.
- Рисунок 55. Сколько денег вы потратили вчера, руб.
- Рисунок 56. Сколько денег вы потратили вчера, %
- Рисунок 57. Стали ли вы покупать более дешевые товары первой необходимости в последние 2-3 месяца
- Рисунок 58. Структура фактических расходов россиян за последние 12 мес. против планируемых расходов на ближайшие 12 мес.
- Рисунок 59. Структура расходов россиян, доля от дохода (по группам)
- Рисунок 60. Структура расходов россиян, доля от дохода (в III кв. 2015-2016 гг.)
- Рисунок 61. Темпы роста цен на продукты питания по оценкам Ивановых и по официальным данным, г/г.
- Рисунок 62. Рост расходов Ивановых на продукты питания и динамика продаж продуктов питания по официальной статистике, г/г
- Рисунок 63. Рост цен на продукты питания в крупнейших продуктовых сетях, по оценкам Ивановых
- Рисунок 64. Индекс потребительского восприятия цен в продуктовых розничных сетях
- Рисунок 65. Готовы ли респонденты покупать часть продуктов в одном магазине, а часть в другом из-за лучшего промо-предложения
- Рисунок 66. Доля охотников за промо в базах клиентов различных розничных сетей
- Рисунок 67. На чем экономят россияне?
- Рисунок 68. На что россияне тратят свободные деньги?
- Рисунок 69. Промопродажи в России растут по всем исследуемым категориям
- Рисунок 70. Обращают ли покупатели внимание на промо?
- Рисунок 71. Меняют ли покупатели магазины ради промоакций?
- Рисунок 72. Как часто Вы покупали товары под СТМ в течение последних 3-х месяцев?
- Рисунок 73. Изменился ли Ваш интерес к СТМ?
- Рисунок 74. Факторы, влияющие на выбор магазина
- Рисунок 75. Магазины, в которых Ивановы покупают продукты питания
- Рисунок 76. Количество сетей, где Ивановы в основном совершают покупки
- Рисунок 77. Количество посещений магазинов в неделю
- Рисунок 78. Расходы на продукты россиян в различных сетях, % год к году
- Рисунок 79. Причины, почему россияне не тратят больше в сети Магнит
- Рисунок 80. Обсуждается идея дать органам власти право устанавливать предельные цены на продукты питания первой необходимости. Если идея будет принята, к каким последствиям это приведет в первую очередь? (опрос в Москве, %)
- Рисунок 81. Объем онлайн-заказов в течение последних 6 месяцев
- Рисунок 82. Причины отсутствия онлайн-заказов в течение последних 6 месяцев

Таблицы

- Таблица 1. Рейтинг привлекательности розничных рынков развивающихся стран в 2011-2015 гг.
- Таблица 2. Структура оборота розничной торговли по группам товаров в 2010-2016 гг.
- Таблица 3. Структура продаж основных продуктов питания в 2005-2015 гг.
- Таблица 4. Динамика продажи основных видов продовольственных товаров в 2004-2015 гг., индекс %
- Таблица 5. Структура продаж основных непродовольственных товаров в 2005-2015 гг.
- Таблица 6. Динамика продажи основных видов непродовольственных товаров в 2005-2015 гг., индекс %
- Таблица 7. Оборот торгующих организаций и рынков в 2010-2016 гг., млрд руб.
- Таблица 8. Структура продажи товаров на розничных рынках и ярмарках в фактических ценах за I пол. 2016 года, %
- Таблица 9. Индекс потребительской уверенности россиян со средним уровнем доходов

Раздел II. Тенденции и прогнозы по сегментам торговли

Графики

- Рисунок 83. Динамика номинальных повседневных расходов жителей городов РФ с населением от 100 тыс. жителей. Январь 2012 – Сентябрь 2016
- Рисунок 84. Динамика реальных повседневных расходов жителей городов с РФ населением от 100 тыс. жителей. Январь 2012 – Сентябрь 2016
- Рисунок 85. Региональный средний чек среднестатистического горожанина за один поход в магазин FMCG в сентябре 2016 года
- Рисунок 86. Динамика среднего чека по федеральным округам в рублях
- Рисунок 87. Площади торговых объектов FMCG по видам торговли в России в 2005-2016 гг., 2016-2017 гг. – прогноз, млн. кв. м
- Рисунок 88. Площади торговых объектов FMCG по видам торговли в России в 2005-2016 гг., 2016-2017 гг. – прогноз, %
- Рисунок 89. Площади торговых объектов FMCG современных форматов в России в 2005-I пол. 2016 гг., 2016-2017 – прогноз, млн. кв. м
- Рисунок 90. Темпы роста площадей объектов FMCG современных форматов в России в 2005-I пол. 2016 гг., 2016-2017 гг. – прогноз, %
- Рисунок 91. Площади торговых объектов FMCG традиционных форматов в России в 2005-I пол. 2016 гг., 2016-2017 гг. – прогноз, млн. кв. м
- Рисунок 92. Темпы роста площадей объектов FMCG традиционных форматов в России в 2005-I пол. 2016 гг., 2016-2017 гг. – прогноз, %
- Рисунок 93. Динамика прироста торговых площадей 150 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в 2010-2015 гг., тыс. кв. м.
- Рисунок 94. Структура прироста торговых площадей 150 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в 2010-2015 гг., %
- Рисунок 95. Структура прироста торговых площадей 150 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в 2014 году, %
- Рисунок 96. Структура прироста торговых площадей 150 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в 2015 году, %
- Рисунок 97. Структура розничного рынка food России в 2015 году, %
- Рисунок 98. Крупнейшие по выручке FMCG ритейлеры России в 2015 году, млрд руб. (без НДС)
- Рисунок 99. Динамика прироста торговых площадей 150 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в III кв. 2010-2016 гг., тыс. кв. м.

- Рисунок 100. Структура прироста торговых площадей 150 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в III кв. 2010-2016 гг., %
- Рисунок 101. Структура прироста торговых площадей 150 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в III кв. 2015 года, %
- Рисунок 102. Структура прироста торговых площадей 150 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) в III кв. 2016 года, %
- Рисунок 103. Динамика прироста торговых площадей 150 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) за 9 мес. 2010-2016 гг., тыс. кв. м
- Рисунок 104. Структура прироста торговых площадей 150 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) за 9 мес. 2010-2016 гг., %
- Рисунок 105. Структура прироста торговых площадей 150 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) за 9 мес. 2015 года, %
- Рисунок 106. Структура прироста торговых площадей 150 крупнейших ритейлеров России (без учета ритейлеров, сокративших площади) за 9 мес. 2016 года, %
- Рисунок 107. Динамика чистого прироста торговых площадей 150 крупнейших ритейлеров России в 2013-2016 гг. по месяцам (данные – за месяц предшествующий отчетному, чтобы учесть публичные компании), тыс. кв. м.
- Рисунок 108. Темпы роста площадей торговых объектов FMCG в России в 2005-2015 гг. (среднегодовые) и в 2015 г., %
- Рисунок 109. Количество объектов FMCG современных форматов в России в 2005-I пол. 2016 гг., 2016-2017 гг. – прогноз, ед.
- Рисунок 110. Динамика количества объектов FMCG современных форматов в России в 2005-I пол. 2016 гг., 2016-2017 гг. – прогноз, ед.
- Рисунок 111. Количество объектов FMCG традиционных форматов в России в 2005-I пол. 2016 гг., 2016-2017 – прогноз, тыс. ед.
- Рисунок 112. Динамика количества объектов FMCG традиционных форматов в России в 2005-I пол. 2016 гг., 2016-2017 – прогноз, ед.
- Рисунок 113. Структура оборота розничной торговли продовольственными товарами по каналам продаж в 2005-I пол. 2016 гг., прогноз на 2016-2017 гг., млрд руб. (с НДС)
- Рисунок 114. Структура продаж прод. товаров (с НДС) по видам торговли в России в 2005-I пол. 2016 гг., 2016-2017 гг. – прогноз, %
- Рисунок 115. Выручка от продажи прод. товаров объектов FMCG современных форматов (с НДС) в России в 2005-I пол. 2016 гг., прогноз на 2016-2017 гг., млрд руб.
- Рисунок 116. Темпы роста выручки от продажи прод. товаров (с НДС) объектов FMCG современных форматов в России в 2006-I пол. 2016 гг., прогноз на 2016-2017 гг., %
- Рисунок 117. Темпы роста выручки от продажи прод. товаров (с НДС) объектов FMCG в России в 2005-2015 гг. (среднегодовые в рублевом выражении) и в 2015 г., %
- Рисунок 118. Выручка от продажи прод. товаров объектов FMCG традиционной торговли (с НДС) в России в 2005-I пол. 2016 гг., прогноз на 2016-2017 гг., млрд руб.
- Рисунок 119. Темпы роста выручки (с НДС) объектов FMCG традиционных форматов в России в 2006-I пол. 2016 гг., прогноз на 2016-2017 гг., %
- Рисунок 120. Темпы роста выручки с квадратного метра площади в рублях по форматам в 2005-2015 гг., 2016-2017 гг. – прогноз, %
- Рисунок 121. Структура оборота розничной торговли FMCG по форматам торговли в 2015 году, %
- Рисунок 122. Прогнозная структура оборота розничной торговли FMCG по форматам торговли в 2016 году, %
- Рисунок 123. Структура fashion-рынка по сегментам в 2015 г., %
- Рисунок 124. Динамика емкости fashion-рынка России в 2011-I пол. 2016 гг., млрд руб.
- Рисунок 125. Доля отдельных групп непродовольственных товаров в обороте розничной торговли в России в 2008-2015 г., %
- Рисунок 126. Доля отдельных групп непродовольственных товаров в обороте розничной торговли в России в 2008-2015 г., млрд руб.
- Рисунок 127. Динамика оборота розничной торговли товарами fashion-сегмента в 2008-2015 гг. в физическом выражении, %
- Рисунок 128. Темп роста розничной торговли товарами fashion-сегмента в денежном выражении в 2008-2015 гг., %
- Рисунок 129. Динамика оборота розничной торговли одеждой и аксессуарами в РФ в 2005-I пол. 2016 гг., %
- Рисунок 130. Динамика оборота розничной торговли одеждой и аксессуарами в РФ в 2005-I пол. 2016 гг., %
- Рисунок 131. Объем рынка одежды и обуви по ценовым сегментам в 2014-2015 гг.
- Рисунок 132. Структура интернет-продаж на fashion рынке в 2015 году, %
- Рисунок 133. Динамика интернет-продаж на рынке fashion в 2010-2015 гг., млрд руб.
- Рисунок 134. Среднегодовой темп роста чистой выручки крупнейших ритейлеров сегмента fashion в 2011-2015 гг., %
- Рисунок 135. Выручка с квадратного метра торговой площади сетей рейтинга в сегменте fashion в 2013-2015 гг., тыс. руб.
- Рисунок 136. Динамика выручки крупнейших ритейлеров сегмента fashion, вошедших в Рейтинг INFOLine Retail Russia TOP-100 в 2011-2015 гг., млрд руб.
- Рисунок 137. Уровень концентрации сетевого ритейла в подсегменте "Одежда" в 2011-2015 гг., %
- Рисунок 138. Динамика выручки без НДС крупнейший ритейлеров подсегмента "Одежда" в 2013-2015 гг., млрд руб.
- Рисунок 139. Динамика прироста торговой площади крупнейших ритейлеров подсегмента "Одежда" в 2012-I пол. 2016 гг., тыс. кв. м
- Рисунок 140. Структура прироста торговой площади крупнейших ритейлеров подсегмента "Одежда" в 2012-I пол. 2016 гг., %
- Рисунок 141. Уровень концентрации сетевого ритейла в подсегменте "Обувь" в 2011-2015 гг., %
- Рисунок 142. Динамика выручки без НДС крупнейший ритейлеров подсегмента "Обувь" в 2013-2015 гг., млрд руб.
- Рисунок 143. Динамика прироста торговой площади крупнейших ритейлеров подсегмента "Обувь" в 2012-I пол. 2016 гг., тыс. кв. м
- Рисунок 144. Структура прироста торговой площади крупнейших ритейлеров подсегмента "Обувь" в 2012-I пол. 2016 гг., %
- Рисунок 145. Уровень концентрации сетевого ритейла в подсегменте "Спорт" в 2011-2015 гг., %
- Рисунок 146. Динамика выручки без НДС крупнейший ритейлеров подсегмента "Спорт" в 2013-2015 гг., млрд руб.
- Рисунок 147. Динамика прироста торговой площади крупнейших ритейлеров подсегмента "Спорт" в 2012-I пол. 2016 гг., тыс. кв. м
- Рисунок 148. Структура прироста торговой площади крупнейших ритейлеров подсегмента "Спорт" в 2012-I пол. 2016 гг., %
- Рисунок 149. Варианты развития рынка розничной торговли одеждой и аксессуарами по различным сценариям в 2016-2019 гг.
- Рисунок 150. Динамика оборота розничной торговли одеждой и аксессуарами в РФ в 2005-2015 гг. и реалистический сценарий развития на 2016-2019 гг., млрд руб.
- Рисунок 151. Варианты развития рынка розничной торговли обувью по различным сценариям в 2016-2019 гг.
- Рисунок 152. Динамика оборота розничной торговли обувью в РФ в 2011-2015 гг. и реалистический сценарий развития на 2016-2019 гг., млрд руб.
- Рисунок 153. Варианты развития рынка розничной торговли спортивными товарами по различным сценариям в 2016-2019 гг.
- Рисунок 154. Динамика оборота розничной торговли спортивными товарами в РФ в 2011-2015 гг. и реалистический сценарий развития на 2016-2019 гг., млрд руб.
- Рисунок 155. Динамика оборота розничной торговли DIY&Household в РФ в 2005-I пол. 2016 гг.
- Рисунок 156. Динамика оборота розничной торговли DIY&Household в РФ в 2005- I пол. 2016 гг.
- Рисунок 157. Структура рынка DIY&Household России в 2005-2015 гг., %
- Рисунок 158. Динамика оборота розничной торговли DIY&Household в РФ в 2005-2015 гг., млрд руб.
- Рисунок 159. Динамика оборота розничной торговли Household в РФ в 2008-I пол. 2016 гг., млрд руб.
- Рисунок 160. Динамика оборота розничной торговли Household в РФ в 2008-I пол. 2016 гг., млрд долл.
- Рисунок 161. Динамика оборота розничной торговли мебелью в РФ в 2008-I пол. 2016 гг., млрд долл.
- Рисунок 162. Динамика оборота розничной торговли мебелью в РФ в 2008-I пол. 2016 гг., млрд долл.
- Рисунок 163. Уровень концентрации сетевого ритейла в сегменте Household и мебель в 2011-2015 гг., %
- Рисунок 164. Динамика выручки крупнейших ритейлеров сегмента Household и мебель, вошедших в Рейтинг INFOLine Retail Russia TOP-100 в 2011-2015 гг., млрд руб.
- Рисунок 165. Подход к обустройству квартиры, %
- Рисунок 166. Частота покупки мебели/аксессуаров для дома, %
- Рисунок 167. Частота полного обновления интерьера дома, %
- Рисунок 168. Изменение отношения к обустройству дома в течение последних 15 лет, %
- Рисунок 169. Различия в частоте обновления дома по возрасту, %
- Рисунок 170. Различия в подходе к обновлению обстановки в доме по возрасту, %
- Рисунок 171. Различия в отношении к обустройству дома по возрасту, %

- Рисунок 172. Различия в отношении к обустройству дома за последние 5 лет по возрасту, %
- Рисунок 173. Различия в частоте обновления дома по доходу, %
- Рисунок 174. Различия в подходе к обновлению обстановки в доме по доходу, %
- Рисунок 175. Различия в отношении к обустройству дома по доходу, %
- Рисунок 176. Различия в отношении к обустройству дома за последние 5 лет по доходу, %
- Рисунок 177. Различия в частоте обновления дома по географии, %
- Рисунок 178. Различия в подходе к обновлению обстановки в доме по географии, %
- Рисунок 179. Доля отдельных групп недовольственных товаров в обороте розничной торговли в России
- Рисунок 180. Доля отдельных групп недовольственных товаров в обороте розничной торговли в России
- Рисунок 181. Динамика оборота розничной торговли товарами сегмента "DIY&Household и Мебель" в 2008-I пол. 2016 гг. в физическом выражении, %
- Рисунок 182. Темп роста розничной торговли товарами сегмента "DIY&Household и Мебель" в денежном выражении в 2008-I пол. 2016 гг., %
- Рисунок 183. Среднегодовой темп роста чистой выручки крупнейших ритейлеров сегмента "DIY&Household и Мебель" в 2011-2015 гг., %
- Рисунок 184. Выручка с квадратного метра торговой площади сетей рейтинга в сегменте "DIY&Household и Мебель" в 2013-2015 гг., тыс. руб.
- Рисунок 185. Динамика сетевой торговли DIY в России в 2009-2015 гг., млрд руб. без НДС
- Рисунок 186. Динамика доли сетевой торговли DIY в России в 2009-2015 гг., %
- Рисунок 187. Уровень концентрации сетевого ритейла в сегменте DIY в 2011-2015 гг., %
- Рисунок 188. Динамика выручки крупнейших ритейлеров сегмента DIY, вошедших в Рейтинг INFOLine Retail Russia TOP-100 в 2011-2015 гг., млрд руб.
- Рисунок 189. Динамика выручки без НДС крупнейший ритейлеров сегмента DIY&Household и Мебели в 2013-2015 гг., млрд руб.
- Рисунок 190. Динамика долгосрочной и краткосрочной задолженности DIY-ритейлеров за 2014-2015 гг., млрд руб.
- Рисунок 191. Изменение торговых площадей операторов DIY России в 2009-2015 гг.
- Рисунок 192. Динамика прироста торговой площади крупнейших ритейлеров сегмента DIY в 2012-I пол. 2016 гг., тыс. кв. м
- Рисунок 193. Структура прироста торговой площади крупнейших ритейлеров сегмента в 2012-I пол. 2016 гг., %
- Рисунок 194. Варианты развития рынка розничной торговли DIY по различным сценариям в 2016-2019 гг., %
- Рисунок 195. Динамика оборота розничной торговли DIY в РФ в 2005-2015 гг. и реалистический сценарий развития на 2016-2019 гг., млрд руб.
- Рисунок 196. Варианты развития рынка розничной торговли Household по различным сценариям
- Рисунок 197. Динамика оборота розничной торговли Household в РФ в 2008-2015 гг. и реалистический сценарий развития на 2016-2019 гг., млрд руб.
- Рисунок 198. Варианты развития рынка розничной торговли сегмента "Мебель" по различным сценариям
- Рисунок 199. Динамика оборота розничной торговли сегмента "Мебель" в РФ в 2008-2015 гг. и реалистический сценарий развития на 2016-2019 гг., млрд руб.
- Рисунок 200. Динамика оборота розничной торговли БиКТ в РФ в 2006-I пол. 2016 гг., млрд руб.
- Рисунок 201. Динамика оборота розничной торговли БиКТ в РФ в 2006-I пол. 2016 гг., млрд долл.
- Рисунок 202. Структура продаж БиКТ по основным сегментам в 2008-I пол. 2016 гг., %
- Рисунок 203. Динамика оборота розничной торговли БиКТ по видам товаров в 2008-I пол. 2016 гг., млрд руб.
- Рисунок 204. Динамика оборота розничной торговли БиКТ по видам товаров в 2008-I пол. 2016 гг., %
- Рисунок 205. Доля отдельных групп недовольственных товаров в обороте розничной торговли в России в 2008-I пол. 2016 гг., %
- Рисунок 206. Доля отдельных групп недовольственных товаров в обороте розничной торговли в России в 2008-I пол. 2016 гг. в денежном выражении, млрд руб.
- Рисунок 207. Динамика оборота розничной торговли товарами сегмента БиКТ в 2008-I пол. 2016 гг. в физическом выражении, %
- Рисунок 208. Темп роста розничной торговли товарами сегмента БиКТ в денежном выражении в 2008-I пол. 2016 гг., %
- Рисунок 209. Динамика объема интернет-торговли в сегменте БиКТ в 2008-2015 гг.
- Рисунок 210. Динамика объема сегмента БиКТ и доля интернет-торговли на нем в 2008-2015 гг.
- Рисунок 211. Среднегодовой темп роста чистой выручки крупнейших ритейлеров сегмента БиКТ в 2011-2015 гг., %
- Рисунок 212. Выручка с квадратного метра торговой площади сетей рейтинга в сегменте БиКТ в 2013-2015 гг., тыс. руб.
- Рисунок 213. Уровень концентрации сетевого ритейла в сегменте БиКТ в 2011-2015 гг., %
- Рисунок 214. Динамика выручки крупнейших ритейлеров сегмента БиКТ, вошедших в Рейтинг INFOLine Retail Russia TOP-100, в 2011-2015 гг.
- Рисунок 215. Динамика выручки без НДС крупнейший ритейлеров сегмента в 2013-2015 гг., млрд руб.
- Рисунок 216. Динамика прироста торговой площади крупнейших ритейлеров сегмента в 2012-I пол. 2016 гг., тыс. кв. м
- Рисунок 217. Структура прироста торговой площади крупнейших ритейлеров сегмента в 2012-I пол. 2016 гг., %
- Рисунок 218. Варианты развития рынка розничной торговли БиКТ по различным сценариям в 2016-2019 гг.
- Рисунок 219. Динамика оборота розничной торговли БиКТ в РФ в 2006-2015 гг. и реалистический сценарий развития на 2016-2019 гг.
- Рисунок 220. Динамика оборота розничной торговли мобильными устройствами в РФ в 2008-I пол. 2016 гг.
- Рисунок 221. Динамика оборота розничной торговли мобильными устройствами в РФ в 2008-I пол. 2016 гг.
- Рисунок 222. Динамика продаж рынка смартфонов
- Рисунок 223. Динамика продаж смартфонов
- Рисунок 224. Среднегодовой темп роста чистой выручки крупнейших ритейлеров сегмента "Мобильные устройства" в 2011-2015 гг., %
- Рисунок 225. Выручка с квадратного метра торговой площади сетей рейтинга в сегменте "Мобильные устройства" в 2013-2015 гг., тыс. руб.
- Рисунок 226. Уровень концентрации сетевого ритейла в сегменте "Мобильные устройства" в 2011-2015 гг., %
- Рисунок 227. Динамика выручки крупнейших ритейлеров сегмента "Мобильные устройства", вошедших в Рейтинг INFOLine Retail Russia TOP-100 в 2011-2015 гг.
- Рисунок 228. Динамика выручки без НДС крупнейший ритейлеров сегмента "Мобильные устройства" в 2013-2015 гг., млрд руб.
- Рисунок 229. Динамика прироста торговой площади крупнейших ритейлеров сегмента "Мобильные устройства" в 2012-I пол. 2016 гг., тыс. кв. м
- Рисунок 230. Структура прироста торговой площади крупнейших ритейлеров сегмента в 2012-I пол. 2016 гг., %
- Рисунок 231. Основные показатели сегмента мобильных устройств за 9 мес. 2015- 9 мес. 2016 гг.
- Рисунок 232. Динамика продаж мобильных устройств на рынке РФ за 9 мес. 2014-9 мес. 2016 гг.
- Рисунок 233. Основные показатели рынка смартфонов за 9 мес. 2015-9 мес. 2016 гг.
- Рисунок 234. Динамика продаж смартфонов на рынке РФ
- Рисунок 235. Структура продаж на российском рынке смартфонов по ценовым сегментам в общем количестве проданных смартфонов за 9 мес. 2015-9 мес. 2016 гг., %
- Рисунок 236. Структура продаж на российском рынке смартфонов по ценовым сегментам по выручке проданных смартфонов за 9 мес. 2015-9 мес. 2016 гг., %
- Рисунок 237. Основные показатели рынка смартфонов по ценовым сегментам в общем количестве проданных смартфонов за 9 мес. 2016 г.
- Рисунок 238. Основные показатели рынка смартфонов по ценовым сегментам по выручке за 9 мес. 2016 г., %
- Рисунок 239. Основные показатели рынка сотовых телефонов за 9 мес. 2015-9 мес. 2016 гг.
- Рисунок 240. Динамика продаж сотовых телефонов на рынке РФ
- Рисунок 241. Структура продаж вендоров на рынке смартфонов за 5 мес. 2015-5 мес. 2016 гг., %
- Рисунок 242. Продажи вендоров на рынке смартфонов за 5 мес. 2015-5 мес. 2016 гг., тыс. шт.
- Рисунок 243. Структура продаж вендоров на рынке смартфонов за 5 мес. 2015-5 мес. 2016 гг., %
- Рисунок 244. Выручка вендоров на рынке смартфонов за 5 мес. 2015-5 мес. 2016 гг., млрд руб.
- Рисунок 245. Динамика продаж планшетов в I кв. 2015-I кв. 2016 гг.
- Рисунок 246. Объем российского рынка LTE-смартфонов в натуральном выражении в I кв. 2014-IV кв. 2015 гг.
- Рисунок 247. Варианты развития рынка розничной торговли мобильными устройствами по различным сценариям в 2016-2019 гг.
- Рисунок 248. Динамика оборота розничной торговли мобильными устройствами в РФ в 2005-2015 гг. и реалистический сценарий развития на 2016-2019 гг.
- Рисунок 249. Динамика оборота розничной торговли детскими товарами в РФ в 2008-I пол. 2016 гг.
- Рисунок 250. Динамика оборота розничной торговли детскими товарами в РФ в 2008-I пол. 2016 гг.
- Рисунок 251. Темпы прироста объема рынка детских товаров в разрезе основных ценовых сегментов в 2015 году, %
- Рисунок 252. Динамика рожившихся детей в России

- Рисунок 253. Динамика количества детей в России по возрастным группам в 2002-2015 гг., млн чел.
- Рисунок 254. Динамика объема рынка детских товаров в 2008-2015 гг. по категориям, млрд руб.
- Рисунок 255. Структура рынка детских товаров в 2008-2015 гг., %
- Рисунок 256. Доля рынка по категориям игрушек в стоимостном выражении в I пол. 2015-I пол. 2015 гг., %
- Рисунок 257. Среднегодовой темп прироста чистой выручки крупнейших ритейлеров сегмента детских товаров в 2011-2015 гг., %
- Рисунок 258. Выручка с квадратного метра торговой площади сетей рейтинга в сегменте детских товаров в 2013-2015 гг., тыс. руб.
- Рисунок 259. Уровень концентрации сетевого ритейла в сегменте "Детские товары" в 2011-2015 гг., %
- Рисунок 260. Динамика выручки крупнейших ритейлеров сегмента "Детские товары", вошедших в Рейтинг INFOLine Retail Russia TOP-100 в 2011-2015 гг., млрд руб.
- Рисунок 261. Динамика выручки без НДС крупнейший ритейлеров сегмента в 2013-2015 гг., млрд руб.
- Рисунок 262. Динамика прироста торговой площади крупнейших ритейлеров сегмента в 2012-I пол. 2016 гг., тыс. кв. м
- Рисунок 263. Структура прироста торговой площади крупнейших ритейлеров сегмента в 2012-I пол. 2016 гг., %
- Рисунок 264. Варианты развития рынка розничной торговли детскими товарами по различным сценариям в 2016-2019 гг.
- Рисунок 265. Динамика оборота розничной торговли детскими товарами в РФ в 2008-2015 гг. и реалистический сценарий развития на 2016-2019 гг.
- Рисунок 266. Динамика оборота розничной торговли парфюмерно-косметическими товарами в РФ
- Рисунок 267. Динамика оборота розничной торговли парфюмерно-косметическими товарами в РФ
- Рисунок 268. Темпы прироста оборота розничной торговли товарами сегмента косметика и парфюмерия, реализуемыми в аптеках, в 2015 году, %
- Рисунок 269. Динамика оборота розничной торговли парфюмерно-косметическими товарами в РФ по каналам прямых продаж в 2013-2015 гг., млрд руб.
- Рисунок 270. Доля оборота торговли по каналам прямых продаж в объеме российского рынка парфюмерии и косметики в 2013-2015 гг., %
- Рисунок 271. Динамика количества распространителей косметики по каналу прямых продаж в 1998-2015 гг., тыс. чел.
- Рисунок 272. Доля оборота ТОП-5 крупнейших компаний по каналам прямых продаж на российском рынке прямых продаж парфюмерно-косметических товаров в 2013—2015 гг., млрд руб.
- Рисунок 273. Структура рынка косметики России по сегментам в 2015 году, %
- Рисунок 274. Доля отдельных групп недовольственных товаров в обороте розничной торговли в России в 2008-I пол. 2016 гг., %
- Рисунок 275. Доля отдельных групп недовольственных товаров в обороте розничной торговли в России в 2008-I пол. 2016 гг. в денежном выражении, млрд руб.
- Рисунок 276. Динамика оборота розничной торговли товарами сегмента косметика и дрoгери в 2008-I пол. 2016 гг. в физическом выражении, %
- Рисунок 277. Темп прироста розничной торговли товарами сегмента косметика и дрoгери в денежном выражении в 2008-I пол. 2016 гг., %
- Рисунок 278. Среднегодовой темп прироста чистой выручки крупнейших ритейлеров сегмента косметики и парфюмерии в 2011-2015 гг., %
- Рисунок 279. Выручка с квадратного метра торговой площади сетей рейтинга в сегменте косметики и парфюмерии в 2013-2015 гг., тыс. руб.
- Рисунок 280. Уровень концентрации сетевого ритейла в сегменте "Косметика и парфюмерия" в 2011-2015 гг., %
- Рисунок 281. Динамика выручки крупнейших ритейлеров сегмента "Косметика и парфюмерия", вошедших в Рейтинг INFOLine Retail Russia TOP-100 в 2011-2015 гг., млрд руб.
- Рисунок 282. Динамика выручки без НДС крупнейший ритейлеров сегмента в 2013-2015 гг., млрд руб.
- Рисунок 283. Динамика прироста торговой площади крупнейших ритейлеров сегмента в 2012-I пол. 2016 гг., тыс. кв. м
- Рисунок 284. Структура прироста торговой площади крупнейших ритейлеров сегмента в 2012-I пол. 2016 гг., %
- Рисунок 285. Варианты развития рынка розничной торговли парфюмерно-косметическими товарами по различным сценариям в 2016-2019 гг.
- Рисунок 286. Динамика оборота розничной торговли парфюмерно-косметическими товарами в РФ в 2005-2015 гг. и реалистический сценарий развития на 2016-2019 гг., млрд руб.

Таблицы

- Таблица 10. Основные этапы развития российского ритейла FMCG в 1994-2016 гг.
- Таблица 11. Динамика прироста торговых площадей по ТОП-150 российских ритейлеров в 2011-2015 гг.
- Таблица 12. Количество магазинов крупнейших сетей FMCG в 2009-2016 гг., по состоянию на конец периода, шт.
- Таблица 13. Общая торговая площадь крупнейших сетей FMCG России в 2009-2016 гг. по состоянию на конец периода, тыс. кв. м.
- Таблица 14. Динамика прироста торговых площадей крупнейших сетей FMCG России в 2010-2016 гг., %
- Таблица 15. Динамика чистой выручки (без учета НДС) крупнейших сетей FMCG в 2009-2015 гг., млрд руб.
- Таблица 16. Динамика прироста выручки крупнейших сетей FMCG России в 2010-2015 гг., %
- Таблица 17. Финансовые показатели (без учета НДС) крупнейших сетей FMCG за 2015-2016 гг.
- Таблица 18. Чистая выручка (без учета НДС) с квадратного метра торговой площади крупнейших сетей FMCG в 2009-2015 гг., тыс. руб. в год
- Таблица 19. Динамика прироста чистой выручки (без учета НДС) с квадратного метра торговой площади крупнейших сетей FMCG в 2010-2015 гг., %
- Таблица 20. Некоторые сети, прекратившие деятельность в 2015- 2016 гг. или находящиеся в стадии банкротства
- Таблица 21. Динамика выручки ТОП-7 сетей FMCG России (без учета НДС) в 2015-2016 гг.
- Таблица 22. Рейтинг ТОП-5 компаний, работающих в сегменте online торговли на fashion-рынке по итогам 2015 года
- Таблица 23. Рейтинг крупнейших ритейлеров сегмента fashion по выручке в 2011-2015 гг.
- Таблица 24. Динамика количества собственных магазинов сетей рейтинга сегмента fashion, расположенных на территории России, в 2012-I пол. 2016 гг.
- Таблица 25. Динамика торговой площади собственных магазинов сетей рейтинга сегмента fashion, расположенных на территории России, в 2012-I пол. 2016 гг.
- Таблица 26. Перспективы развития крупнейших ритейлеров сегмента "Одежда и аксессуары"
- Таблица 27. Перспективы развития крупнейших ритейлеров сегмента "Обувь" в 2016-2017 гг.
- Таблица 28. Перспективы развития крупнейших ритейлеров сегмента "Спорт"
- Таблица 29. Рейтинг крупнейших ритейлеров сегмента "DIY&Household и Мебель" по выручке в 2011-2015 гг.
- Таблица 30. Динамика количества собственных магазинов сетей рейтинга сегмента "DIY&Household и Мебель", расположенных на территории России, в 2012-I пол. 2016 гг.
- Таблица 31. Динамика торговой площади собственных магазинов сетей рейтинга сегмента "DIY&Household и Мебель", расположенных на территории России, в 2012-I пол. 2016 гг.
- Таблица 32. Перспективы развития крупнейших ритейлеров сегмента DIY
- Таблица 33. Перспективы развития крупнейших ритейлеров сегмента "Household и мебель"
- Таблица 34. Рейтинг крупнейших ритейлеров сегмента БиКТ по выручке в 2011-2015 гг., млрд руб.
- Таблица 35. Динамика количества собственных магазинов сетей рейтинга сегмента БиКТ, расположенных на территории России, в 2012-I пол. 2016 гг.
- Таблица 36. Динамика торговой площади собственных магазинов сетей рейтинга сегмента БиКТ, расположенных на территории России, в 2012-I пол. 2016 гг.
- Таблица 37. Перспективы развития крупнейших ритейлеров сегмента "Бытовая и компьютерная техника"
- Таблица 38. Рейтинг крупнейших ритейлеров сегмента "Мобильные устройства" по выручке в 2011-2015 гг., млрд руб.
- Таблица 39. Динамика количества собственных магазинов сетей рейтинга сегмента "Мобильные устройства", расположенных на территории России, в 2012-I пол. 2016 гг.
- Таблица 40. Динамика торговой площади собственных магазинов сетей рейтинга сегмента "Мобильные устройства", расположенных на территории России, в 2012-I пол. 2016 гг.
- Таблица 41. Перспективы развития крупнейших ритейлеров сегмента "Мобильные устройства" и др.

Раздел III. Рейтинг крупнейших ритейлеров INFOLine Retail Russia TOP-100

Графики

- Рисунок 287. TOP-10 крупнейших ритейлеров России по итогам 2015 года
- Рисунок 288. TOP-10 сетей FMCG России в 2015 г.
- Рисунок 289. TOP-10 сетей Non-Food России в 2015 г.
- Рисунок 290. Структура прироста торговой площади крупнейших ритейлеров в 2015 г., %
- Рисунок 291. Структура прироста торговой площади крупнейших ритейлеров в I пол. 2016 г., %
- Рисунок 292. Структура выручки TOP-100 крупнейших ритейлеров России по виду сети в 2011-2015 гг., %
- Рисунок 293. Динамика выручки крупнейших отечественных и международных TOP-100 компаний России в 2011-2015 гг., млрд руб.
- Рисунок 294. Структура выручки крупнейших международных компаний по сегментам в 2011-2015 гг., %
- Рисунок 295. Динамика выручки крупнейших международных компаний по сегментам в 2011-2015 гг., млрд руб.
- Рисунок 296. Структура выручки крупнейших международных компаний по странам основания в 2011-2015 гг., %
- Рисунок 297. Динамика выручки крупнейших международных компаний по странам основания в 2011-2015 гг., млрд руб. и др.

Таблицы

- Таблица 53. Структура оборота розничной торговли в 2005-I пол. 2016 гг. и представленность сетей в рейтинге TOP-100
- Таблица 54. Сравнительный анализ параметров рейтинга INFOLine Retail Russia TOP-100 в 2011-2015 гг.
- Таблица 55. Динамика количества участников рейтинга по сегментам в 2011-2015 гг.
- Таблица 56. Сети, выбывшие и появившиеся в рейтинге INFOLine Retail Russia TOP-100 по итогам 2015 года
- Таблица 57. Лидеры сегментов Рейтинга INFOLine Retail Russia TOP-100 по итогам 2015 года
- Таблица 58. TOP-10 сетей по росту чистой выручки в 2015 году
- Таблица 59. TOP-10 сетей по среднегодовому темпу роста выручки в 2013-2015 гг.
- Таблица 60. TOP-10 сетей по росту торговой площади в 2015 году
- Таблица 61. Ранговый рейтинг 100 крупнейших ритейлеров в 2014-2015 гг.
- Таблица 62. Рейтинг 100 крупнейших ритейлеров по выручке в 2013-2015 гг.
- Таблица 63. Выручка крупнейших ритейлеров России по итогам I пол. 2016 года
- Таблица 64. Рейтинг 100 крупнейших ритейлеров по количеству собственных магазинов на территории России в 2013-I пол. 2016 гг.
- Таблица 65. Рейтинг 100 крупнейших ритейлеров по величине торговых площадей собственных магазинов на территории России в 2013-I пол. 2016 гг.

Раздел IV. Анализ взаимодействия розничных сетей России с финансовыми рынками

Графики

- Рисунок 334. Объем рынка рублевых корпоративных облигаций в обращении в 2010-2015 гг., млрд руб.
- Рисунок 335. Динамика курсов акций крупнейших публичных Non-Food ритейлеров России в окт.2008 – окт.2016 гг.
- Рисунок 336. Динамика размещения облигационных займов российскими сетями FMCG в 2005-2016 гг., млрд руб.
- Рисунок 337. Динамика размещения облигационных займов российскими сетями FMCG в 2005-2016 гг., млрд руб.
- Рисунок 338. Динамика курсов акций публичных ритейлеров FMCG России в январе 2006 – октябрь 2016 гг.

Таблицы

- Таблица 66. Размещение облигационных займов крупнейшими российскими Non-Food сетями в 2004-2016 гг.
- Таблица 67. Дефолты по облигациям российских Non-Food сетей в 2008-2016 гг.
- Таблица 68. Аннулирование облигационных займов российскими Non-Food сетями в 2005-2016 гг.
- Таблица 69. Запланированные размещения облигационных займов российскими Non-Food сетями в 2016 году.
- Таблица 70. Размещения акций крупнейших российских Non-Food сетей в 2003-2016 гг.
- Таблица 71. Планируемые IPO и SPO крупнейшими российскими Non-Food ритейлерами в 2016-2017 гг.
- Таблица 72. Перенесенные IPO крупнейшими российскими Non-Food ритейлерами.
- Таблица 73. Банкротства крупнейших российских Non-Food ритейлеров в 2009-2016 гг.
- Таблица 74. Данные по завершенным арбитражным делам, предъявленным действующим Non-Food ритейлерам по состоянию на 01.10.2016 г.
- Таблица 75. Данные по незавершенным арбитражным делам, предъявленным действующим Non-Food ритейлерам по состоянию на 01.10.2016 г.
- Таблица 76. Инструменты привлечения финансовых ресурсов торговыми сетями в 2003-2016 гг.
- Таблица 77. Аннулирование облигационных займов российскими сетями в 2008-2016 гг.
- Таблица 78. Дефолты по облигациям российских сетей FMCG в 2008-2015 гг.
- Таблица 79. Размещение облигационных и безоблигационных займов российскими сетями FMCG в 2005-2015 гг.
- Таблица 80. Размещения акций российских сетей FMCG в 2004-III кв. 2016 гг.

Раздел V. Конъюнктура рынка M&A в ритейле России

Графики

- Рисунок 339. Динамика количества сделок M&A в Non-Food ритейле России в 2004-9 мес. 2016 гг., ед.
- Рисунок 340. Динамика объема сделок M&A в Non-Food ритейле России в 2004-9 мес. 2016 гг., млн долл.
- Рисунок 341. Динамика объема сделок M&A в fashion-ритейле в 2004-9 мес. 2016 гг.,
- Рисунок 342. Динамика объема сделок M&A в DIY ритейле в 2005-9 мес. 2016 гг., млн долл.
- Рисунок 343. Динамика объема сделок M&A в сегменте БиКТ ритейла в 2007-9 мес. 2016 гг., млн долл.
- Рисунок 344. Динамика объема сделок M&A в сегменте мобильных устройств в 2006-9 мес. 2016 гг., млн долл.
- Рисунок 345. Динамика количества сделок M&A в аптечном ритейле в 2003-9 мес. 2016 гг., ед.
- Рисунок 346. Динамика количества аптек в рамках сделок M&A в аптечном ритейле в 2003-9 мес. 2016 гг., ед.
- Рисунок 347. Динамика объема сделок M&A в ритейле детских товаров в 2005-9 мес. 2016 гг., млн долл.
- Рисунок 348. Динамика объема сделок M&A в сегменте косметическо-парфюмерного ритейла в 2004-9 мес. 2016 гг., млн долл.
- Рисунок 349. Количество сделок M&A и средний объем сделки в секторе FMCG ритейла, 2004-2016 гг.
- Рисунок 350. Динамика объема сделок M&A в секторе FMCG ритейла, 2004-2016 гг., млн долл.

Таблицы

- Таблица 81. Основные этапы развития рынка M&A в Non-Food ритейле в 1993-9 мес. 2016 гг.
- Таблица 82. Основные этапы развития рынка M&A fashion-ритейла России в 1993-9 мес. 2016 гг.
- Таблица 83. Сделки M&A на рынке fashion-ритейла России в 1996-9 мес. 2016 гг.
- Таблица 84. Основные этапы развития рынка DIY ритейла в России в 1995-9 мес. 2016 гг.
- Таблица 85. Сделки M&A на рынке DIY ритейла России в 2005-9 мес. 2016 гг.
- Таблица 86. Основные этапы развития рынка M&A в сегменте БиКТ ритейла в 1993-9 мес. 2016 гг.
- Таблица 87. Наиболее крупные сделки M&A в БиКТ ритейле России в 2007-мес. 2016 гг.
- Таблица 88. Основные этапы развития рынка M&A в сегменте мобильных устройств в 1995-9 мес. 2016 гг.
- Таблица 89. Сделки M&A в сегменте мобильных устройств России в 2006-9 мес. 2016 гг.
- Таблица 90. Основные этапы развития рынка M&A в аптечном ритейле в 1994-9 мес. 2016 гг.
- Таблица 91. Сделки M&A на рынке аптечного ритейла России в 2003-9 мес. 2016 гг.
- Таблица 92. Основные этапы развития рынка M&A в секторе розничной торговли товарами для детей в 1993-9 мес. 2016 гг.
- Таблица 93. Сделки M&A на рынке ритейла детских товаров России в 2005-9 мес. 2016 гг.
- Таблица 94. Основные этапы развития рынка M&A сегмента косметики и парфюмерии в 1995-9 мес. 2016 гг.
- Таблица 95. Наиболее крупные сделки в сегменте косметики и парфюмерии по приобретению франшиз российскими компаниями
- Таблица 96. Сделки M&A на рынке косметики и парфюмерии России в 2004-9 мес. 2016 гг.
- Таблица 97. Основные этапы развития рынка M&A в секторе FMCG ритейла в 1994-2016 гг.
- Таблица 98. Сделки M&A в FMCG ритейле России в 2006-2016 гг.

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 2005-2016 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 2016 года. Прогноз до 2019 года"

Стандартная версия исследования содержит:

- **Основные показатели экономики и розничной торговли России** – состояние розничного рынка России и показатели ТОП-100 ритейлеров, динамика спроса на потребительском рынке и основные макроэкономические показатели розничной торговли, состояние рынка торговых центров России;
- **Рейтинг 100 крупнейших ритейлеров России** – ранговый рейтинг ТОП-100 (включает сети с чистой розничной выручкой более 13 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 по сегментам рынка (FMCG, DIY, Household, мебель, fashion, бытовая и компьютерная техника, мобильные устройства, косметика, парфюмерия и дрoгeри, детские товары и online 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 дрoгeри, детские товары). Анализ процессов консолидации и описание реализованных в 2004-2016 гг. сделок M&A.
- **Приложение 1. Структура розничного оборота по субъектам РФ в 2008-2015 гг.**



Дата выхода:	Ноябрь 2016
Способ предоставления:	Печатный и электронный
Стандартная версия	50 000 руб.
Расширенная версия	100 000 руб.
Отраслевые версии	От 50 000 руб.

Расширенная версия исследования дополнительно содержит: по каждому из сегментов (FMCG, бытовая и компьютерная техника, DIY&Household и мебель, мобильных устройств, парфюмерии и косметики, fashion и детских товаров) **Рейтинги:** ранговый, по выручке, по выручке на единицу площади, по финансовым показателям, по количеству магазинов, по торговой площади, динамику EBITDA и долговой нагрузки.

Исследование "["INFOLine RETAIL RUSSIA TOP-100. Тенденции 2016. Прогноз до 2019 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	Цена ¹
Аналитическая база "700 торговых сетей FMCG РФ". Стандартная версия / Расширенная версия	Расширенная База содержит разделы: Состояние рынка розничной торговли FMCG России (включает показатели макроэкономики, а также структуру и динамику оборота розничной торговли, а также количество, площади и выручки торговых объектов по форматам); Рейтинги ТОП-100 торговых сетей FMCG России по количеству, торговой площади, выручке и эффективности продаж, логистике, а также рейтинг ТОП-7 компаний по прямому импорту; Бизнес-справки по ТОП-10 ритейлерам; База данных 700 сетей и 600 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 2016 / Июль 2016	50 000 / 70 000 руб.
Рынок гипермаркетов FMCG России. Тенденции 2016 года. Прогноз до 2019 года.	Анализ состояния рынка розничной торговли FMCG России (включает показатели макроэкономики, структуру и динамику оборота розничной торговли, а также количество, площади и выручки торговых объектов по каналам продаж); приведены рейтинги по ТОП-50 ритейлерам, развивающим формат "гипермаркет". Представлена база более 1000 гипермаркетов и бизнес-справки по ТОП-15 ритейлерам FMCG в формате "гипермаркет".	Ноябрь 2016	50 000 / 75 000 руб.
Рынок Household РФ. Тенденции 2016 г., прогноз до 2018 г. База "ТОП-100 сетей Household"	Анализ состояния и прогноз развития розничной торговли товарами для дома, сада (рынка Household), описание и рейтинг торговых сетей и форматов торговли Household&DIY и информация о потребительских предпочтениях покупателей товаров для дома, сада и строительного-отделочных материалов. База данных 100 крупнейших сетей Household.	Апрель 2016	70 000 руб.
Рынок DIY России. Тенденции 2016 года. Прогноз до 2018 года	Содержит информацию о текущем состоянии рынка розничной торговли строительными и отделочными материалами России и прогноз развития на период до 2018 года, а также описание крупнейших розничных и оптово-розничных операторов рынка DIY.	Апрель 2016	50 000 руб.
Рынок DIY РФ. Анализ регионов, тенденции 2016 года и прогноз до 2018 года	Анализ состояния и прогноз развития розничной торговли строительными и отделочными материалами (рынка DIY), структурированное описание, сравнительный анализ и ранжирование операционных и финансовых показателей, а также основных форматов торговых сетей DIY, анализ и прогноз факторов, определяющих динамику потребления строительных и отделочных материалов (рынка DIY) в России: состояния строительного комплекса России и рынка ипотечного кредитования, изменения потребительских предпочтений и спроса на строительные и отделочные материалы, сравнительный анализ регионального развития розничной и оптово-розничной торговли DIY России.	Август 2016	80 000 руб.
Аналитическая база "600 универсальных и специализированных сетей РФ"	Структурированное описание крупнейших игроков рынка DIY, Рейтинг ТОП-50 крупнейших операторов DIY России, который включает показатели чистой выручки, выручки на единицу площади, количества торговых объектов и совокупной торговой площади. Операционные и финансовые показатели, а также контактные данные и ТОП-менеджмент по 300 универсальным и 300 специализированным торговым сетям DIY	Июнь 2016	35 000 руб.

Готовые реестры производителей продуктов питания

Наименование	Содержание	Дата выхода	Цена
Реестры производителей РФ: Мясной продукции	Реестры содержат структурированное подробное описание компаний, сравнительный анализ и ранжирование показателей, контактные данные компаний, а также марки, виды и объём производства продукции.	II кв. 2016	20 000 руб.
Плодово-ягодной продукции	Ежегодно выходят реестры по различным направлениям.	Октябрь 2015	15 000 руб.
Овощной продукции откр. типа	Готовятся к выходу в 2016 году реестры: птицефабрик, тепличных комплексов, овоще- и фруктохранилищ, зернопроизводителей.	II кв. 2016	15 000 руб.
Животновод. предприятий		II кв. 2016	15 000 руб.
База "350 крупнейших проектов строительства агрокомплексов и пищевых производств РФ. Проекты 2016-2019 гг."	220 проектов строительства и реконструкции агрокомплексов РФ, анализ инвестиционной деятельности крупнейших компаний, структурированное описание инвестиционных проектов с указанием контактных данных участников реализации проекта (инвестора, застройщика, генподрядчика, проектировщика, поставщиков оборудования и других участников проекта). Проекты представлены по регионам и по отраслям: Агропромышленный комплекс, Птицеводство, Мясное животноводство, Молочное животноводство, Промышленное растениеводство, Рыбоводство	III кв. 2016	50 000 руб.

Периодические продукты по продовольственному рынку и розничной торговле:

Название продукта	Описание продукта	Периодичность	Цена в месяц
Тематические новости "Розничная торговля РФ"		Ежедневно	5 000 руб.
Тематические новости "Логистическая и складская деятельность"		1 раз в неделю	5 000 руб.
Тематические новости "Пищевая промышленность и рынок продуктов питания" (более 15 направлений пищевой промышленности!)	Оперативная и периодическая информация об интересующей вас отрасли экономики РФ	2 раза в неделю	6 000 руб.
Тематические новости "Рекламная и маркетинговая деятельность"		1 раз в неделю	4 000 руб.
Ежемесячный обзор "Банк новинок на рынке пищевой промышленности"	Обзор новой продукции на рынке продуктов питания	1 раз в месяц	10 000 руб.

Внимание! Вышеперечисленный набор продуктов и направлений не является полным.

Кроме инициативных готовых продуктов ИА INFOLine позволяет клиентам получить комплекс индивидуальных информационных 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 менеджерам по тел. +7 (812) 322 68 48, +7 (495) 772 76 40 или почте: retail@infoline.spb.ru

¹ Здесь и далее все цены приведены без учета НДС.

