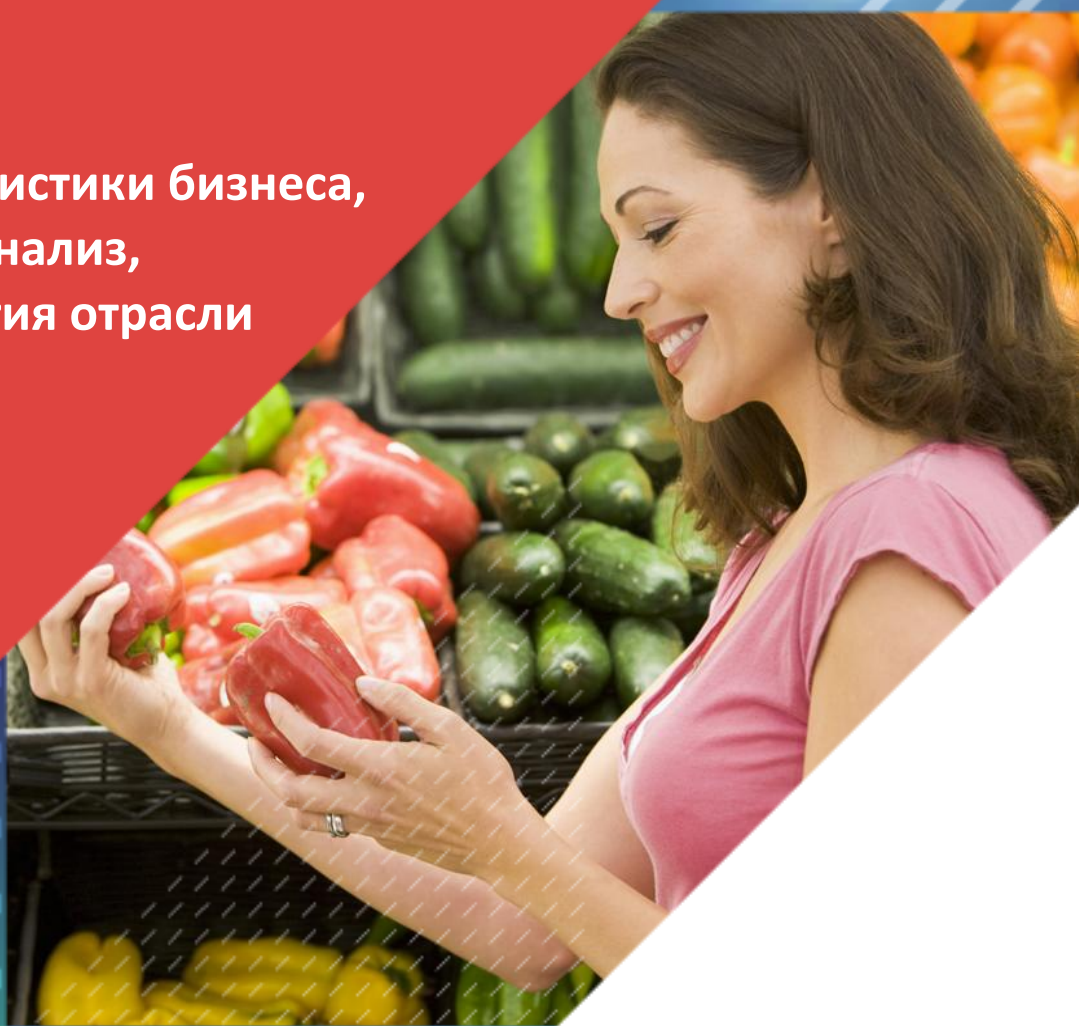


РОЗНИЧНЫЕ ТОРГОВЫЕ СЕТИ ПО ПРОДАЖЕ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ И СОПУТСТВУЮЩИХ ТОВАРОВ (FMCG) В РОССИИ 2015

Общие характеристики бизнеса,
региональный анализ,
стратегия развития отрасли



РБК RESEARCH

ПОЛНОЕ ОГЛАВЛЕНИЕ

Полное оглавление	2
Резюме	4
Краткосрочный и среднесрочный прогнозы развития экономики РФ	6
Розничная торговля в 2014-2015 гг. и прогноз развития в 2016-2018 гг.	11
Потребительская инфляция	12
Рынок сетевого FMCG-ритейла	14
Структура торговых форматов сетевого продовольственного ритейла в 2014 году	17
Дискаунтеры	19
Супермаркеты	21
Гипермаркеты / cash & carry	22
Магазины у дома	23
Другие форматы	24
Ключевые характеристики российских сетей	24
Общие характеристики (средняя торговая площадь, количество персонала и посещаемость сетевых магазинов)	25
Ассортимент продовольственных и непродовольственных товаров	27
Товары под собственной торговой маркой (СТМ)	28
Средний чек и оборот с квадратного метра торговой площади	29
Рейтинги ведущих торговых сетей по итогам 2014 года	30
Ключевые тенденции и прогноз развития отрасли в среднесрочной перспективе	36
Прогноз развития форматов на период 2015-2017 гг.	37
Особенности государственного регулирования отрасли	38
Последствия введения продовольственного эмбарго	38
Центральный федеральный округ	40
Макроэкономические показатели ЦФО	40
Крупнейшие города и численность населения	40
Уровень доходов населения	41
Розничная торговля	42
Северо-Западный федеральный округ	44
Макроэкономические показатели СЗФО	44
Крупнейшие города и численность населения	44
Уровень доходов населения	44
Розничная торговля	45
Северо-Кавказский федеральный округ	47
Макроэкономические показатели СКФО	47
Крупнейшие города и численность населения	47
Уровень доходов населения	47
Розничная торговля	48
Южный федеральный округ	50
Макроэкономические показатели ЮФО	50
Крупнейшие города и численность населения	50
Уровень доходов населения	50
Розничная торговля	51
Приволжский федеральный округ	53
Макроэкономические показатели ПФО	53
Крупнейшие города и численность населения	53

Уровень доходов населения	54
Розничная торговля	55
Уральский федеральный округ	57
Макроэкономические показатели УрФО	57
Крупнейшие города и численность населения	57
Уровень доходов населения	57
Розничная торговля	58
Сибирский федеральный округ	60
Макроэкономические показатели СФО	60
Крупнейшие города и численность населения	60
Уровень доходов населения	61
Розничная торговля	61
Дальневосточный федеральный округ	63
Макроэкономические показатели ДВФО	63
Крупнейшие города и численность населения	63
Уровень доходов населения	63
Розничная торговля	64

РЕЗЮМЕ

Последние два года российский рынок розничной торговли демонстрировал снижение темпов роста вследствие усиления негативных тенденций в российской экономике, сокращения инвестиций и сжатия потребительского спроса. Начиная со второй половины 2014 г., российская экономика характеризовалась нестабильностью на фоне роста геополитической напряженности, введения санкций, падения цен на нефть и девальвации рубля.

Резкий всплеск продаж продовольственных и непродовольственных товаров в 4-м квартале 2014 г. был обусловлен попыткой населения «спасти» имеющиеся наличные средства и сбережения от быстро растущей инфляции. Реальные темпы прироста оборота розничной торговли за 2014 г. составили 2,5% против 3,9% в 2013 году. По мере дальнейшего снижения реальных доходов ограничения, связанные с потребительским спросом, начали проявляться все более отчетливо и уже в первой половине 2015 г. макроэкономические показатели продемонстрировали снижение по сравнению с аналогичным периодом 2014 года.

В 2014 г. ритейлерам удалось существенно улучшить финансовые и операционные показатели, однако высокий уровень инфляции и стремительная девальвация рубля снизили реальные показатели компаний. Введение эмбарго вынудило ритейлеров в значительной мере изменить ассортиментную политику и логистику поставок.

По оценке РБК Исследования рынков в рублевом исчислении оборот сетевого продуктового ритейла в 2014 г. вырос на 30% по сравнению с аналогичным показателем прошлого года. Доля сетевой продовольственной розницы в 2014 г. составила 37,8% в обороте торговли продуктами питания, увеличившись на 5,8 п.п. по сравнению с результатами 2013 года.

В суммарном обороте розничной торговли в РФ доля продовольственных сетей составила 18,2%, увеличившись на 2,7 п.п. по сравнению с 2013 годом. По-прежнему сетевая розница занимает сравнительно скромную долю, а уровень проникновения сетей и обеспеченность сетевыми магазинами на 1000 жителей далеки от показателей развитых рынков. Развитие сетевого FMCG-ритейла географически весьма неравномерно, что вызывает дисбаланс – в ряде регионов по-прежнему не хватает современных продовольственных магазинов, при этом в других регионах наблюдается их избыток.

К середине 2015 г. сформировались новые тенденции, которые будут определять развитие рынка розничной торговли в 2016-2017 гг. По мнению аналитиков РБК к ним можно отнести следующие тенденции:

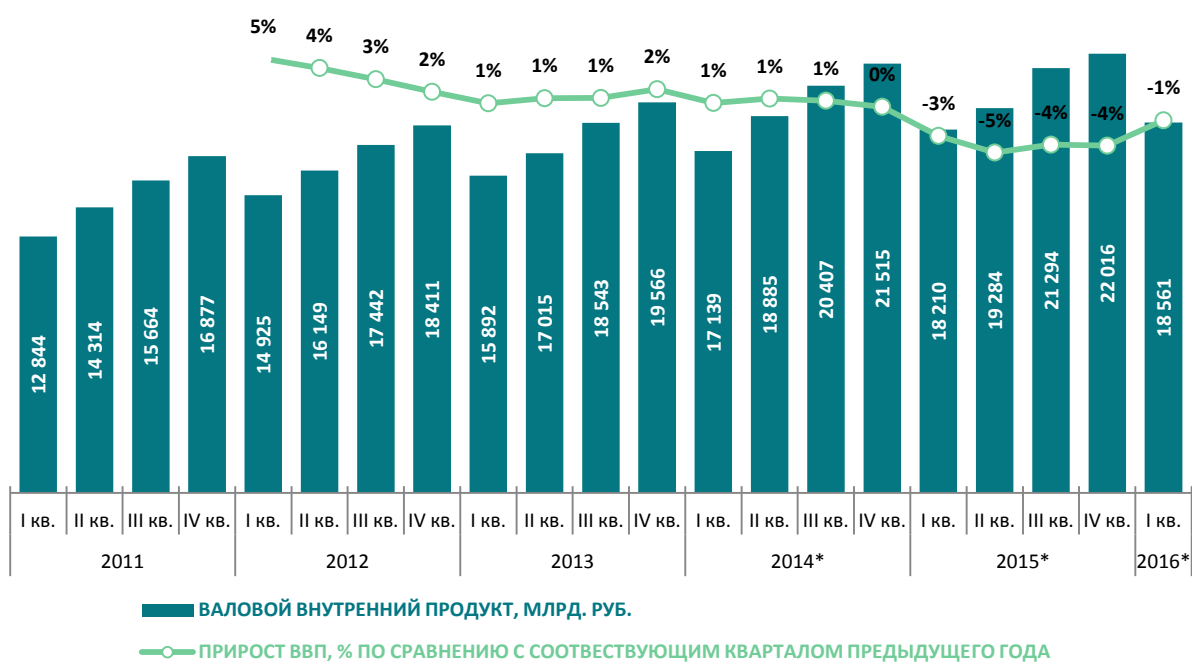
- усиление тенденции к мультиформатности сетей за счет ввода дисконтных форматов, в том числе переформатирование или рестайлинг имеющихся магазинов;
- увеличение доли современных форматов в FMCG-ритейле до 60-65% в 2016 году;
- рост доли российских товаров в ассортименте (в среднем до 40-50%) и выручке торговых сетей, ускорение импортозамещения по ключевым товарам, развитие собственного производства (тепличные хозяйства, фермы и пр.);
- рост популярности дисконтных форматов торговли по аналогии с кризисом 2008-2009 гг.;
- сжатие потребительского спроса, переход россиян к более сдержанной потребительской модели, осторожное отношение к тратам и усиление влияния ценового фактора на выбор товара;
- изменение бизнес-моделей и стратегии развития сетей в связи с изменениями рыночной конъюнктуры и высокой стоимостью заемных средств;
- сокращение планов по открытию новых магазинов на вторую половину 2015 года и, возможно, 2016 год;

- сокращение объемов строительства распределительных центров и складов класса А и В, в том числе по системе *built-to-suit*, вследствие этого – возможный дефицит складских площадей в ряде регионов;
- изменение географии поставок и связанных с этим преобразований в логистике торговых сетей, масштабный передел рынка дистрибуции продовольственных товаров вследствие введения эмбарго и курса на импортозамещение;
- активизация сделок M&A в секторе продуктового ритейла, значительное усиление консолидации рынка за счет вымывания с рынка небольших и частично средних по величине выручки игроков;
- существенное усиление роли государства в регулировании отрасли, увеличение налоговой нагрузки на бизнес.

КРАТКОСРОЧНЫЙ И СРЕДНЕСРОЧНЫЙ ПРОГНОЗЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РФ

Отечественная экономика переживает кризис с начала 2015 года. Еще во втором полугодии 2014 года стала очевидна неизбежность столь негативного для России сценария развития. Темпы прироста в пределах 1%, которые демонстрировал ВВП страны в течение всего 2014 года, быстро перешли в отрицательную плоскость уже в начале 2015 года.

Рис. 1. Ежеквартальная динамика ВВП России, I квартал 2011 г. – I квартал 2016 г., млрд. руб., % к соответствующему кварталу предыдущего года



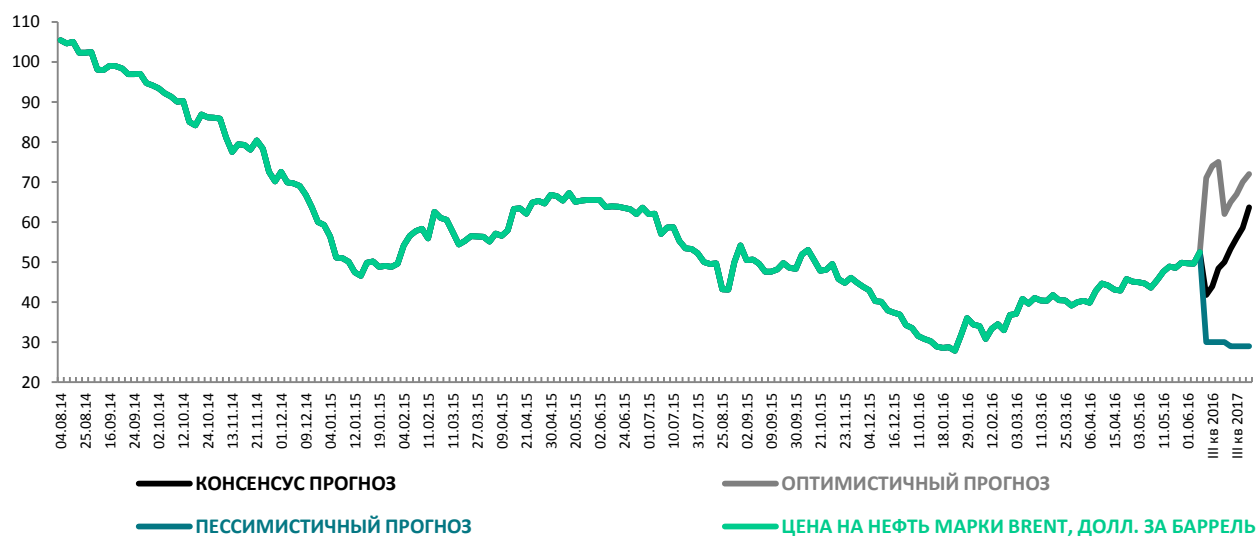
Источник: Росстат, * - с учетом Крымского ФО

Рис. 2. Динамика курса доллара США и евро, январь 2014 г. – июнь 2016 г., руб.



Источник: ЦБ РФ

Рис. 3. Динамика цен на нефть марки Brent, август 2014 – июнь 2016 гг., прогноз на II квартал 2016 г. – I квартал 2018 г., долл. за баррель



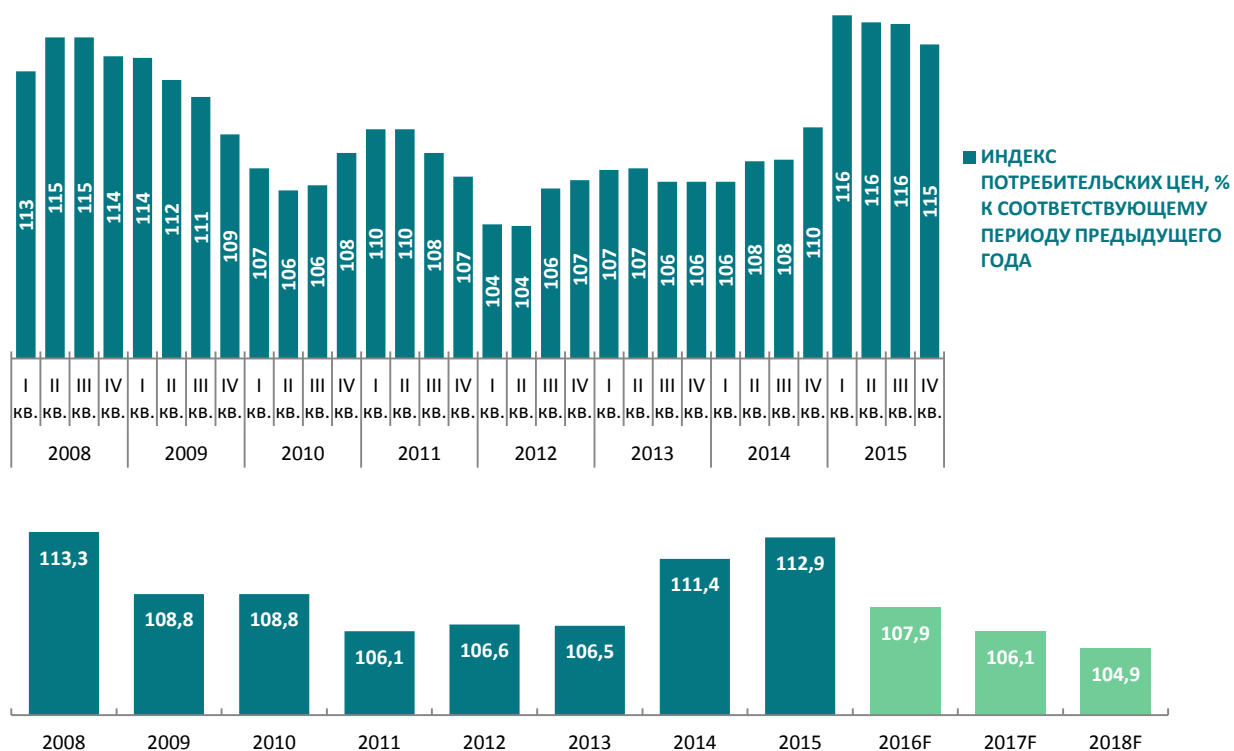
Источник: РБК Quote, * - оптимистические и пессимистичные прогнозы отражают наилучший и наихудший прогноз по ценам на нефть марки Brent среди компаний, участвующих в составлении консенсус-прогноза РБК Quote

Предпосылками для кризиса стали сразу несколько событий. Одним из наиболее пагубных факторов стал введенный Евросоюзом и США пакет финансовых санкций, запрещающих долгосрочное кредитование некоторых российских предприятий, банков и инвестфондов. Косвенным результатом западных санкций стала двукратная девальвация национальной валюты. Курс рубля, зафиксированный Центральным Банком РФ 31 января 2015 года, составил 68,9 рублей за доллар. Негативно отразилось на рубле и более чем двукратное падение цен на нефть: если в середине 2014 года стоимость черного золота марки Brent превышала 100 долл. США за баррель, то в январе 2015 года его котировка снизилась до 48-50 долл. США за баррель.

Весь 2015 год прошел в ожидании укрепления национальной валюты, которая с конца 2014 года непрерывно демонстрировала все новые антирекорды. В текущем году «валютная карусель» продолжилась: на смену «черному четвергу» пришла «черная пятница», которой окрестили 22 января 2016 года. Именно в этот день курс национальной валюты составил 83,59 руб. за доллар США. Этому способствовало падение цен на нефть, начавшееся в июле 2015 года и продолжавшееся до конца января 2016 года. 20 января 2016 года был зафиксирован исторический минимум: котировки нефти марки Brent составили 27,88 долл. США за баррель.

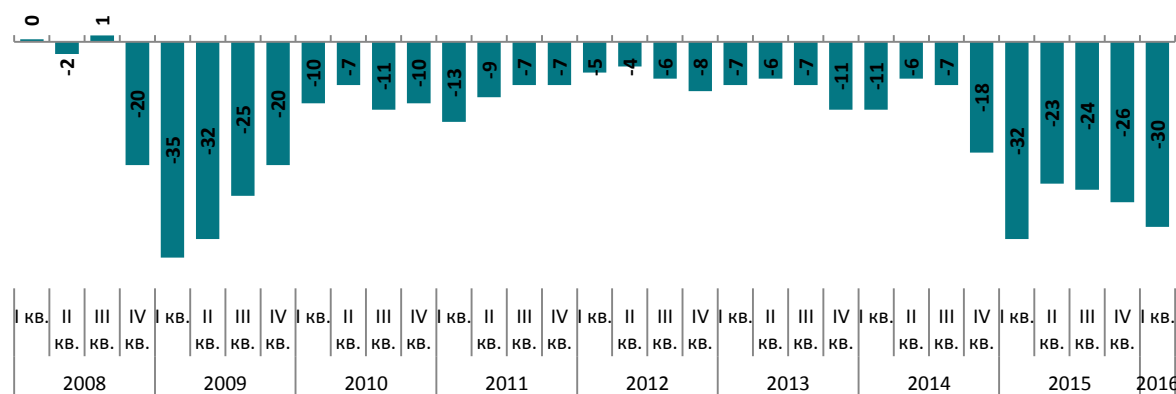
В результате данных процессов неизбежным стало подорожание импортной продукции, что отразилось на росте цен на большинство как продовольственных, так и непродовольственных товаров. Согласно данным Росстата, цены на товары и услуги в 2015 году выросли на 12,9% по сравнению с 2014 годом. Соответственно на 14% и 13,7% подорожали продовольственные и непродовольственные товары. Отметим, что рост цен на продукты питания был обусловлен не только указанными факторами, но также и продовольственным эмбарго. Под запрет попал ряд продуктов питания, включающий мясо и мясные продукты; рыбу, ракообразных, моллюсков и прочих водных беспозвоночных; молоко и молочную продукцию; овощи, съедобные корнеплоды и клубнеплоды; фрукты и орехи; продукцию на основе растительных жиров. В 2015 году последовало расширение перечня стран, которым запрещался ввоз продуктов питания в Россию, их число дополнили Албания, Черногория, Исландия, Лихтенштейн и на особых условиях Украина.

Рис. 4. Индекс потребительских цен, I квартал 2009 г. – IV квартал 2015 г., % к соответствующему кварталу предыдущего года



Источник: Росстат, прогнозы РБК.Quote

Рис. 5. Индекс потребительской уверенности, I квартал 1999 г. – I квартал 2016 г.



Источник: Росстат

Экономические проблемы, обсуждаемые в СМИ, ощутимый рост цен на продовольственные и непродовольственные товары, а также падение доходов населения довольно пагубно отразилась на уровне потребительской уверенности россиян¹. По данным Росстата анализируемый индекс оказался близким к показателям конца 2008 года, что, в свою очередь, объяснило снижение потребительской активности россиян.

¹ **Индекс потребительской уверенности** является обобщающим показателем, отражающим совокупные потребительские ожидания и намерения на основе субъективных оценок населения, рассчитывается как средняя арифметическая значений процентного баланса по пяти вопросам: о произошедших и ожидаемых изменениях личного материального положения, о произошедших и ожидаемых изменениях экономической ситуации в России, о благоприятности условий для крупных покупок.

В результате сложившейся экономической конъюнктуры, по итогам 2015 года ВВП страны упал на 3,7%. Однако по оценкам Министерства экономического развития возврат главного макроэкономического индикатора к росту можно ожидать уже в середине 2016 года. Предпосылкой для восстановления российской экономики может стать постепенный рост цен на главный сырьевой ресурс. Согласно консенсус прогнозу РБК Quote, по итогам 2016 года цены на нефть марки Brent будут на уровне 44,3 долл. за баррель, в 2017 и 2018 годах котировки черного золота достигнут 57,1 и 66,4 долл. за баррель.

Табл. 1. Квартальный прогноз цен на нефть марки Brent за II квартал 2016 г. – I квартал 2018 г., долл. за баррель

ДАТА	КОНСЕНСУС ПРОГНОЗ	ОПТИМИСТИЧНЫЙ ПРОГНОЗ	ПЕССИМИСТИЧНЫЙ ПРОГНОЗ
II КВАРТАЛ 2016	41,8	71,0	30,0
III КВАРТАЛ 2016	44,0	74,0	30,0
IV КВАРТАЛ 2016	48,4	75,0	30,0
СРЕДНИЙ ПРОГНОЗ ЦЕН ЗА 2016 ГОД	44,3	-	-
I КВАРТАЛ 2017	50,0	62,0	30,0
II КВАРТАЛ 2017	53,3	65,0	29,0
III КВАРТАЛ 2017	56,0	67,0	29,0
IV КВАРТАЛ 2017	58,5	70,0	29,0
СРЕДНИЙ ПРОГНОЗ ЦЕН ЗА 2017 ГОД	57,1	-	-
I КВАРТАЛ 2018	63,7	72,0	29,0
СРЕДНИЙ ПРОГНОЗ ЦЕН ЗА 2018 ГОД	66,4	-	-

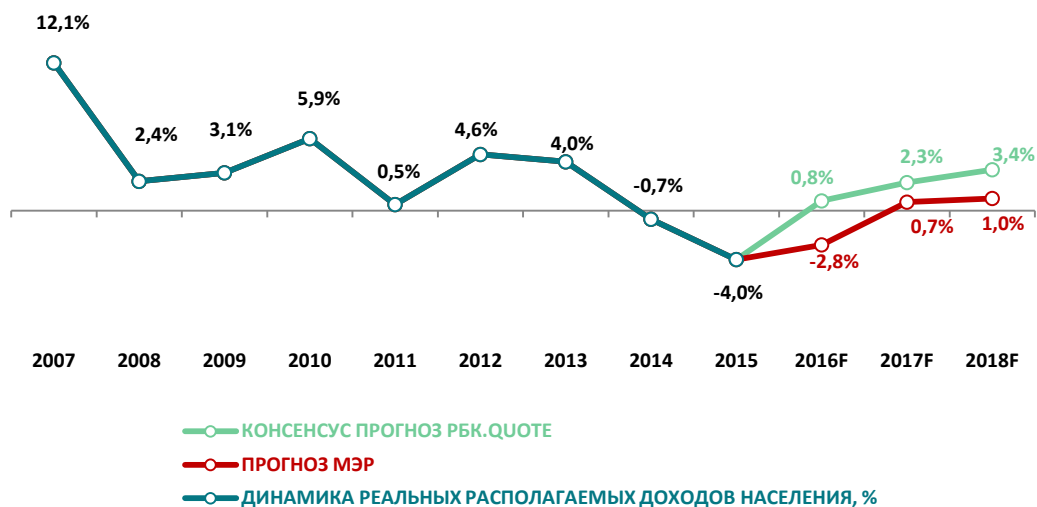
*Источник: РБК Quote, * - оптимистические и пессимистические прогнозы отражают наилучший и наихудший прогноз по ценам на нефть марки Brent среди компаний, участвующих в составлении консенсус-прогноза РБК Quote*

Наряду с повышением цен на нефть и наблюдаемым постепенным укреплением курса рубля, в среднесрочной перспективе следует ожидать и снижения темпов инфляции. В 2016 году прогнозируется рост потребительских цен на уровне 7,9%. В ближайшие два года будет наблюдаться планомерное снижение данного показателя до 4,9%.

Однако, несмотря на ожидаемое улучшение ряда экономических показателей, в 2016 году отечественные потребители продолжают быть расчетливыми и рациональными в своих тратах, что непосредственно скажется на динамике развития потребительских рынков. Этому будет способствовать падение доходов населения: по оценкам Министерства экономического развития реальные располагаемые доходы россиян в 2016 году снизятся на 2,8%. Чрезмерная за кредитованность населения, рост цен, нестабильная внутриэкономическая и геополитическая обстановка вынудят россиян тщательнее подходить к тратам. Тем не менее, в 2016 году некоторые рынки испытают незначительное оживление ввиду отложенного спроса в 2015 году. Потребители не смогут больше экономить на покупке некоторых групп товаров, как правило, непродовольственных, и вынуждены будут их приобрести в 2016 году.

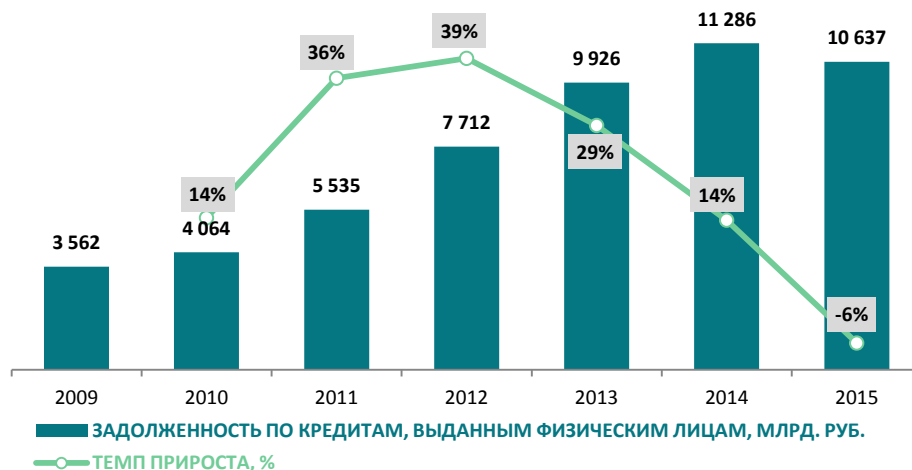
Данная тенденция будет актуальна и в 2017 – 2018 годах. Несмотря на позитивные прогнозы, доходы населения в среднесрочной перспективе будут демонстрировать положительные, однако невысокие темпы роста (не превышающие 1%). ВВП страны также не порадует стремительными темпами развития. По оценкам Министерства экономического развития в 2017 и 2018 годах экономика страны будет демонстрировать реальный рост на уровне 0,8% и 1,8%. 2016 же год экономика страны закончит с нулевым темпом роста.

Рис. 6. Динамика темпов прироста располагаемых доходов населения РФ, 2007-2018 гг., %



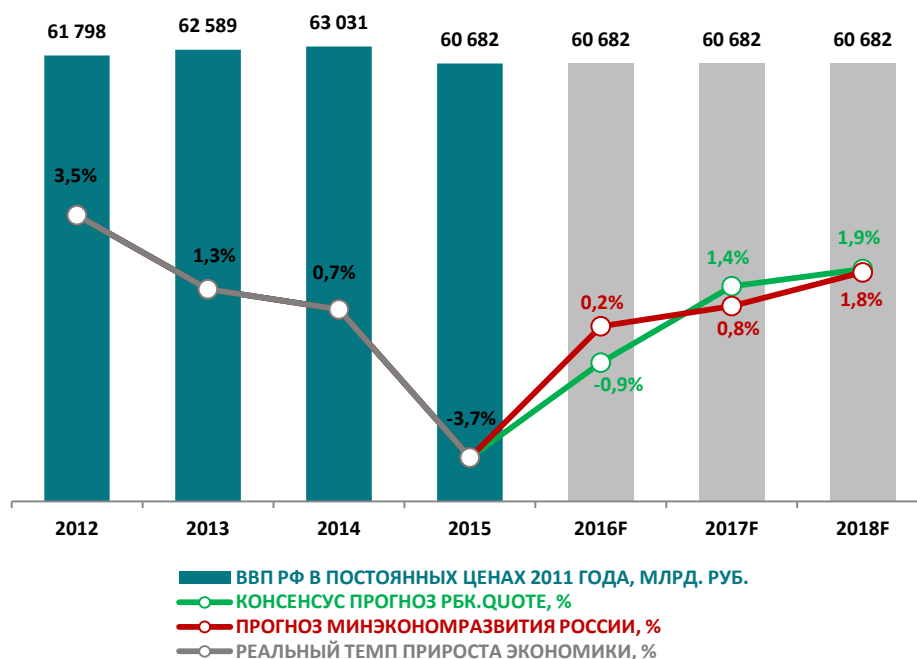
Источник: РБК.Quote, Министерство экономического развития

Рис. 7. Динамика задолженности по кредитам, выданным физическим лицам, РФ, 2009 – 2015 гг., млрд. руб., %



Источник: ЦБ РФ

Рис. 8. Среднесрочный прогноз изменения экономической ситуации в РФ, 2012 – 2018 гг., млрд. руб., %



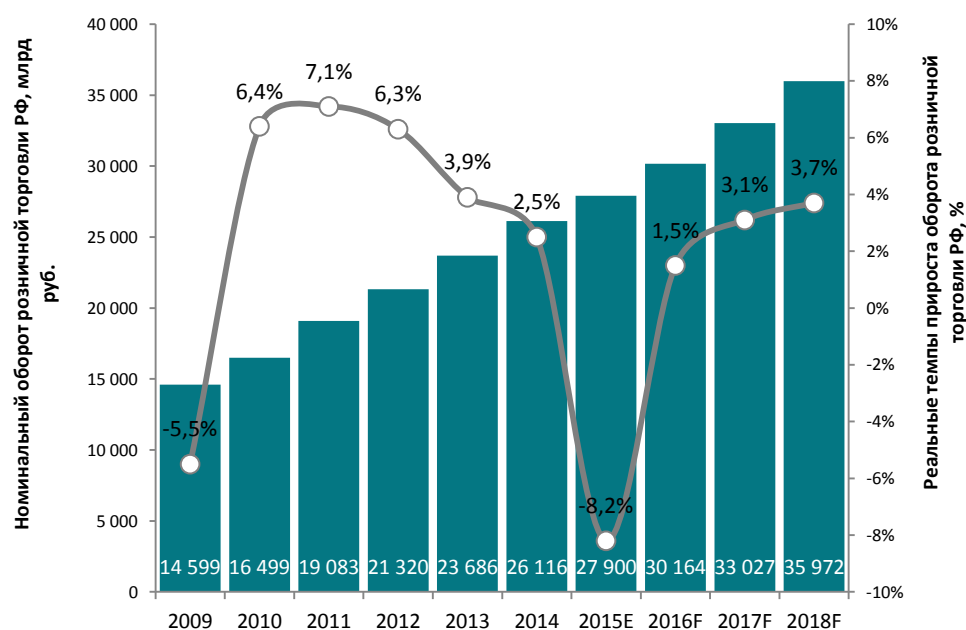
Источник: ЦБ РФ

Розничная торговля в 2014-2015 гг. и прогноз развития в 2016-2018 гг.

Последние два года российский рынок розничной торговли демонстрировал снижение темпов роста вследствие усиления негативных тенденций в российской экономике, сокращения инвестиций и сжатия потребительского спроса. Начиная со второй половины 2014 г., российская экономика характеризовалась нестабильностью на фоне роста геополитической напряженности, введения санкций, падения цен на нефть и девальвации рубля.

Резкий всплеск продаж продовольственных и непродовольственных товаров в 4-м квартале 2014 г. был обусловлен попыткой населения «спасти» имеющиеся наличные средства и сбережения от быстро растущей инфляции. Реальные темпы прироста оборота розничной торговли за 2014 г. составили 2,5% против 3,9% в 2013 году. По мере дальнейшего снижения реальных доходов ограничения, связанные с потребительским спросом, начали проявляться все более отчетливо и уже в первой половине 2015 г. макроэкономические показатели продемонстрировали снижение по сравнению с аналогичным периодом 2014 года.

Рис. 9. Номинальный объем розничной торговли РФ, млрд руб., 2009-2014 гг. и прогноз на 2015-2018 гг.



Источник: МЭР РФ, Минпромторг РФ (уточненные данные)

Сокращение доходов населения в 2015 году и сжатие потребительского кредитования более чем на 8% приведут к существенному сокращению оборота розничной торговли при одновременном росте склонности населения к сбережению. В результате ожидаемое снижение оборота розничной торговли в 2015 году составит 8,2% в базовом варианте. Отметим, что падение в 2015 г. ожидается более глубоким, чем в кризисном 2009 году (-5,5%).

По мере роста доходов населения и восстановления потребительского кредитования в 2016 – 2018 гг. динамика потребления населения будет восстанавливаться, и в 2018 году рост оборота розничной торговли составит 3,7% в реальном выражении. Восстановление потребительской уверенности населения будет сопровождаться постепенным снижением нормы сбережения с 11,1–11,3% в 2015 – 2016 гг. до 10,5% в 2018 году.

Потребительская инфляция

За 2014 год потребительская инфляция за годовой период составила 7,8% (6,8% в 2013 году), инфляция на конец года достигла 11,4% вследствие девальвации рубля и введения продовольственного эмбарго в августе 2014 года. Отметим, что декабрьский показатель инфляции стал самым высоким с 2008 года.

Табл. 1. Структура роста потребительской инфляции в 2013-2014 гг., прогноз на 2015-2018 гг.

		Прирост цен, (дек./дек. предыдущего года), %					
		2013	2014	2015E	2016F	2017F	2018F
Инфляция (ИПЦ)							
1		6,5	11,4	11,6-11,9	7,0	6,3	5,1
2					6,5	5,9	4,8
Консенсус-прогноз РБК				11,48	7,48	4,95	-
Продовольственные товары							
1		7,3	15,4	13,7-14,4	7,5	6,7	5,2
2					6,7	6,1	4,7
из них, без учета плодоовощной продукции							
1		7,1	14,7	13,5-14,0	7,3	6,3	5,5
2					6,6	6,5	5,0
Непродовольственные товары							
1		4,5	8,1	10,4-10,5	5,4	4,9	4,1
2					5,1	4,7	3,9
С исключением бензина							
1		4,4	8,0	10,8-11,0	4,7	4,5	4,0
2					4,3	4,2	3,8
Платные услуги населению, в т. ч.:							
услуги организаций ЖКХ		9,6	9,9	11,5	8,1	7,8	6,5
- коммунальные услуги (75% в корзине услуг ЖКХ)		11,2	5,3	8,7	8,0	7,3	6,8
прочие услуги							
1		7,3	10,7	9,6-10	7,8	6,7	5,7
2					7,5	6,5	5,7
Базовая инфляция (БИПЦ)							
1		5,6	11,2	11,6-12,2	6,5	5,8	5,0
2					6,1	5,5	4,7

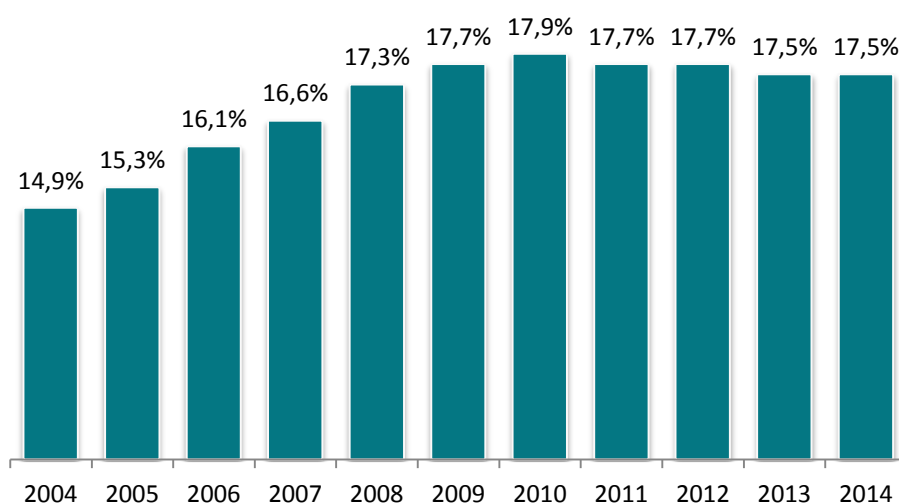
Источник: Росстат, прогноз МЭР РФ

РЫНОК СЕТЕВОГО FMCG-РИТЕЙЛА

До последнего времени рост российского ВВП поддерживался потребительским спросом со стороны населения в розничной торговле и сфере услуг. Однако в течение 2014 года торговый и сервисный сегменты постепенно теряли роль драйверов экономического роста и все отчетливее демонстрировали тенденцию затухания деловой активности.

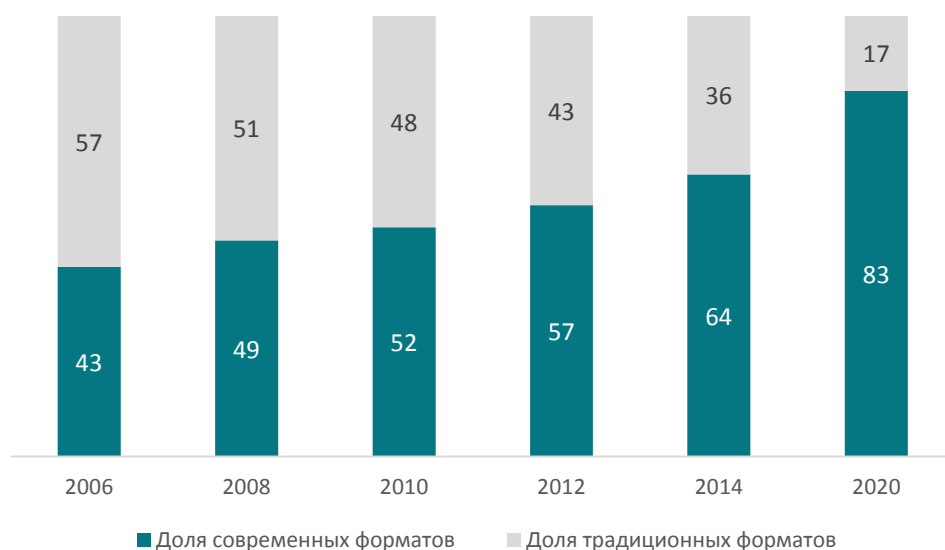
Сохранение геополитической напряженности и ожидание возможных негативных последствий санкций и контрсанкций заставляет население отказываться от приобретения многих видов товаров и необязательных услуг или, в лучшем случае, к ограниченному пользованию ими. Все это создает атмосферу неуверенности в будущем и заставляет домашние хозяйства стандартно реагировать на приближение возможного социального и экономического кризиса, меняя модель поведения от потребления к сбережению. В результате происходит сжатие потребительского спроса и замедление темпов роста оборота розничной торговли и платных услуг населению.

Рис. 10. Вклад сектора торговли в валовую добавленную стоимость ВВП России (произведенного), %, 2004-2014 гг.



Данный показатель включает в себя оборот оптовой и розничной торговли, ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования
Источник: МЭР РФ, Росстат

В последние годы драйвером развития розничной торговли остаются торговые сети, объем выручки которых растет быстрее оборота розничной торговли в целом. Данная тенденция характерна для большинства сегментов продовольственного и непродовольственного ритейла. С каждым годом растет доля современных форматов торговли, по разным оценкам, она составляет 60-65% суммарного оборота розничной торговли.

Рис. 11. Структура рынка розничной торговли – распределение по современным и традиционным форматам, 2006-2020 гг.

Источник: Росстат, Euromonitor, данные компаний, оценки аналитиков

Согласно данным Росстата, по итогам 2014 г. розничные торговые сети формировали в среднем по Российской Федерации 22,9% общего объема оборота розничной торговли (в 2013 г. – 21,5%). Данный показатель представляется аналитикам РБК Исследования рынков недостаточным, по нашим оценкам, доля сетей достигла уже 30-33% оборота розничной торговли.

Табл. 2. Доля оборота розничной торговли розничных торговых сетей в общем объеме оборота розничной торговли (в фактически действовавших ценах, в %), 2009-2014 гг.

	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Российская Федерация	15,1	17,5	18,4	20,5	21,5	22,9
Центральный федеральный округ	17,5	20,7	20,8	21,2	22,0	23,8
Северо-Западный федеральный округ	29,5	32,2	34,0	37,6	38,5	39,1
Южный федеральный округ	15,6	15,7	17,9	20,0	20,6	22,1
Северо-Кавказский федеральный округ	4,0	5,0	5,8	6,3	6,5	5,8
Приволжский федеральный округ	12,3	14,8	16,8	18,8	20,2	22,3
Уральский федеральный округ	9,4	12,1	13,6	17,7	19,4	21,3
Сибирский федеральный округ	13,0	14,7	14,9	20,7	22,4	23,2
Дальневосточный федеральный округ	7,2	7,7	7,6	9,0	8,8	10,8

Источник: Росстат

По итогам 2014 г. во всех федеральных округах, за исключением Северо-Кавказского, доля сетей в обороте розничной торговли выросла. Северо-Западный федеральный округ остается лидером по данному показателю (39,1%). Ключевую роль играет Санкт-Петербург – город с наиболее высокой долей торговых сетей (52,1%). Москва заметно отстает по доле сетей в обороте розницы – по данным официальной статистики Росстата в 2014 г. сети сформировали лишь 20,4%.

За последние годы доля сетевой торговли в структуре оборота выросла почти в два раза. Если в 2008 г. розничные торговые сети формировали в среднем по России 13,6% общего объема оборота розничной торговли, то в I квартале 2015 г. (последние данные Росстата) – 24,4%. В обороте розничной торговли пищевыми продуктами

ми, включая напитки, и табачными изделиями удельный вес оборота торговых сетей в I квартале 2015 г. составил в 29,7%.

В 36 субъектах Российской Федерации доля сетевых торговых структур в общем объеме оборота розничной торговли превышала среднероссийский уровень.

Рис. 12. Структура формирования розничной торговли по хозяйствующим субъектам в первом полугодии 2014 г. (в первом полугодии 2013 г.)



Источник: Росстат

В первом полугодии 2014 г. тенденция сокращения доли малых и микропредприятий продолжилась. Это связано с увеличением налоговой нагрузки на малый бизнес и ростом стоимости кредитов на фоне снижения потребительского спроса и роста цен.

По мнению аналитиков РБК Исследования рынков тенденция вымывания малых предприятий в секторе розничной торговли грозит рынку снижением оборота и монополизацией рынка крупными торговыми компаниями, к которым относятся международные и федеральные торговые сети. Во многих регионах РФ приход на рынок федеральных или глобальных ритейлеров привел к исчезновению местных сетей, соответственно, это отразилось и на локальных производителях и дистрибьюторах FMCG-товаров.

В 2011 г. российский рынок сетевого продовольственного ритейла перешел в стадию зрелости, что означает постепенное замедление роста и увеличение конкуренции в будущем. Уже в 2012 г. данная тенденция начала проявляться в темпах прироста выручки, чистой прибыли и LFL-показателей торговых сетей, которые начали замедляться.

В 2013 г. – первой половине 2014 г. негативные тенденции усилились – у многих федеральных сетей замедлились или снизились темпы прироста среднего чека и количества покупателей.

Конкуренция между ритейлерами продолжает расти. В первом полугодии 2013 г. лидером рынка стал «Магнит». X5 Retail Group переместилась на второе место вследствие снижения темпов роста основных показателей. До августа 2015 г. X5 Retail Group не удалось вернуть лидерские позиции, несмотря на улучшение финансовых и операционных показателей. «Магнит» по-прежнему остается крупней-

шей в России сетью по объему выручки и количеству магазинов с долей 3,2% оборота розничной торговли в РФ (данные за 2014 год).

По итогам 2014 г. в топ-15 продовольственных сетей вошла сеть ООО «ТД Интерторг», развивающая сети «Народная 7Я» и «Идея», а также по франчайзингу супермаркеты и гипермаркеты Spar. В среднесрочной перспективе состав топ-15 продовольственных сетей продолжит меняться, особенно в случае крупной сделки M&A как с участием иностранного капитала, так и между российскими сетями.

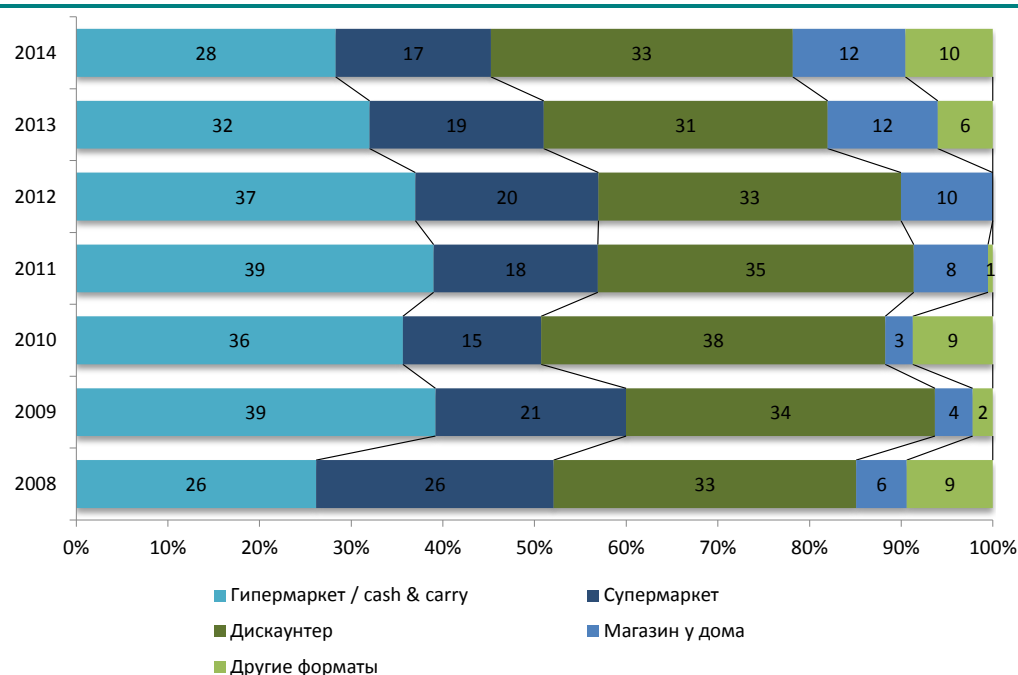
Международные компании сохраняют свое положение на российском рынке, нарастив темпы прироста выручки по сравнению с 2013 годом. «Ашан» и «Метро» занимают третье и пятое места в рейтинге по объему выручки среди FMCG-ритейлеров.

В сегменте региональных сетей наблюдались разнонаправленные тенденции: небольшие игроки закрывали магазины или сети целиком, а крупные ритейлеры укрепляли свои позиции на рынке, как за счет сделок M&A, так и за счет органического роста. Во многих регионах РФ к настоящему моменту работают крупные региональные игроки, число магазинов которых насчитывает от 200 до 720 торговых точек.

Структура торговых форматов сетевого продовольственного ритейла в 2014 году

В 2014 г. долевая структура форматов осталась без существенных изменений, однако уже во второй половине года начала формироваться тенденция роста магазинов дисконтных форматов. Впервые эта тенденция была зафиксирована в 2009-2010 гг. в условиях кризиса. По оценке аналитиков РБК Исследования рынков в 2014 г. доля дискаунтеров составила 32,9%.

Доля супермаркетов в 2014 г. продолжила снижаться, что связано с ухудшением показателей работы крупных сетей, работающих в формате супермаркета. Данный формат является наиболее уязвимым в условиях сжатия платежеспособного спроса, поэтому в перспективе доля супермаркетов продолжит сокращаться.

Рис.13. Структура оборота сетевого продуктового ритейла по форматам торговых сетей, 2008-2014 гг.

Источник: данные компаний, оценка РБК Исследования рынков

Доля крупноформатной розницы (гипермаркеты и магазины cash&carry) по итогам 2014 г. продолжила снижаться, несмотря на ускоренную динамику развития сетей. При этом на долю мелкооптовых магазинов пришлось порядка 7%, по оценкам РБК Исследования рынков. Несмотря на снижение, позиции крупноформатной розницы остаются весьма устойчивыми по сравнению с остальными форматами сетевого ритейла.

Продолжается рост выручки магазинов шаговой доступности, однако их доля выросла незначительно: с 12% в 2013 г. до 12,3% в 2014 году. Это говорит о замедлении совокупных темпов прироста формата по сравнению с остальными форматами. Аналитики РБК Исследования рынков связывают это с высоким уровнем торговой наценки в таких магазинах. Учитывая тенденцию к снижению реальных располагаемых доходов населения, можно ожидать замедления темпов прироста выручки по формату в целом.

Формат магазина шаговой доступности сейчас развивается как федеральными сетями («Дикси», X5 Retail Group), так и региональными и локальными компаниями, которые формируют порядка 60% оборота формата шаговой доступности в целом. Федеральные сети обеспечили около 40%.

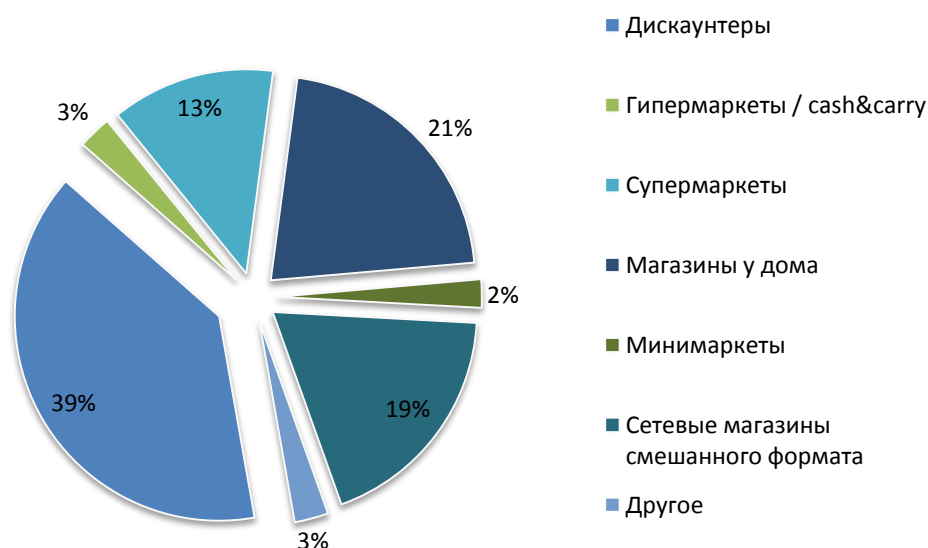
Начиная с 2013 г., аналитики отмечают рост доли т.н. «других» торговых форматов. К ним относятся в первую очередь магазины специализированных сетей, предлагающие не только одну-две товарных категории, но и расширенный ассортимент продовольственных товаров; магазины, включающие в себя кафе; эко-супермаркеты и магазины экологических продуктов, продуктов для здорового образа жизни; магазин «одной цены», где доля food достигает 30%; магазины смешанных форматов, которые нельзя отнести ни к одному из ключевых форматов. В качестве примера можно привести дискаунтер шаговой доступности, компактный гипермаркет, гипермаркет шаговой доступности и прочие сочетания. Кроме того, к категории «другие форматы» относятся интернет-магазины FMCG-товаров, крупнейшим из которых является «Утконос» (около 6 млрд руб. в 2014 году, оценочно).

В итоге доля магазинов других форматов составила, по оценке РБК Исследования рынков, порядка 10% в 2014 году.

Успешно развиваются на российском рынке минимаркеты и различные магазины малого формата, а также магазины, аналогичных зарубежной сети 7-Eleven, основной категорией которой являются товары импульсного спроса. Однако и в этом сегменте наблюдается замедление темпов открытия новых магазинов, а также закрытие нерентабельных торговых точек.

В последние годы растет количество сетевых фирменных магазинов производителей продуктов питания и сетевых магазинов, специализирующихся на продаже одной или нескольких товарных категорий (мясо птицы, субпродукты и яйцо; молочные продукты; хлебобулочные и кондитерские изделия и др.). Их суммарная выручка не включена в приведенную выше структуру распределения по торговым форматам, но при этом она может составлять до 2-2,5 млрд рублей по оценкам РБК Исследования рынков. Несмотря на впечатляющий рост выручки, этот торговый формат в наибольшей степени подвержен негативным тенденциям, поскольку ассортимент ограничен максимум 10 товарными категориями, а уровень цен зачастую выше, чем в других сетевых и не сетевых магазинах.

Рис. 14. Количественная структура сетевой российской розницы в исследованных регионах - распределение по типу торговых точек, на начало 2 кв. 2015 г.



Источник: данные приведены по 48 исследованным регионам, анализ РБК Исследования рынков (без учета специализированных и фирменных сетей)

Дискаунтеры

По данным РБК Исследования рынков оборот магазинов формата «дискаунтер» по итогам 2014 г. вырос на 38,1% в рублевом эквиваленте. Доля формата выросла на 1,9 п.п. – 32,9% в 2014 г. против 31% в 2013 году. Крупнейшими сетями среди дискаунтеров являются федеральные сети «Магнит», «Пятерочка», «Монетка», «Авоська», «Верный». Среди региональных компаний следует упомянуть сети «Чибис», «Аникс», «Диско», «Холди», «Эссен», «Экономыч», «Покупочка», «Пятью пять», «Нетто», «Светофор» и другие. В целом на российском рынке преобладают мягкие дискаунтеры / экономичные супермаркеты. Отметим, что приросту совокупной вы-

ручки дискаунтеров способствовало развитие бывших франчайзи «Пятерочки», которые начали работать под собственными брендами.

Дискаунтер остается одним из наиболее востребованных торговых форматов на российском рынке, несмотря на периодические колебания его доли в объеме сетевого рынка FMCG. В 2014 г. – первой половине 2015 г. продолжилось развитие сетей, использующих данный формат торговли, суммарное количество торговых точек выросло на 15,9% по сравнению с аналогичным периодом 2013 – 2014 гг.

Российские дискаунтеры по своим характеристикам заметно отличаются от своих западных аналогов, что обусловлено вкусами российских потребителей. Большая часть магазинов работает в формате «мягкого» дискаунтера, близкого к формату «супермаркет». Начиная с 2013 г., ритейлеры начали менять форматы магазинов, проводя рестайлинг и переформатирование работающих торговых точек. Ассортимент магазинов начал расширяться за счет товаров категории fresh, которая не характерна для дисконтных форматов. В итоге сейчас на российском рынке присутствуют смешанные форматы, которые далеки от классического дискаунтера, где акцент сделан на низкой цене и ограниченном ассортименте товаров.

Формат «жесткого дискаунтера», оформленного в стиле минимализма и располагающего ограниченным ассортиментом товаров повседневного спроса, не пользуется особой популярностью у отечественных покупателей. В максимально близком формате работают «Холди», «Светофор», «Чибис», которые нарастили количество магазинов в 2014 году. Отметим, что популярность «жесткого» дискаунтера увеличивается в условиях экономического кризиса в связи с повышением роли ценового фактора для покупателей, что позволяет прогнозировать рост выручки магазинов такого формата в 2015-2016 годах.

Продолжает расти количество ценовых акций и специальных предложений для покупателей, постоянно обновляется наполнение программ лояльности. Однако по-прежнему ключевой ценовой стратегией для жестких дискаунтеров остается демпинговая стратегия, для мягких – стратегия H/LP (High/Low Price), предполагающая смешанный подход при ценообразовании, при котором поддерживаются низкие цены на определенные группы товаров, при этом остальные продаются с более высокой торговой наценкой. Таким образом, конкуренция в сегменте дискаунтеров остается ценовой.

Учитывая экономическую ситуацию в России, в 2015 – 2017 гг. может вырасти спрос на дискаунтеры, поскольку доходы россиян практически перестанут расти, а розничные цены продолжат увеличиваться.

В среднем ассортимент российских дискаунтеров к апрелю 2015 г. сократился на 3,5%, что произошло за счет сокращения количества ассортиментных позиций импортных товаров.

Средний чек дискаунтеров в 2014 г. вырос на 3,4%. Выручка с квадратного метра торговой площади сократилась на 1,8%. Довольно скромные показатели дискаунтеров говорят о том, что прирост совокупной выручки формата был обеспечен экстенсивным ростом.

Планы федеральных и региональных сетей на 2015 г. предполагают увеличение количества дискаунтеров: X5 Retail Group за первое полугодие 2015 г. открыла около 490 дискаунтеров и не планирует снижать темпы развития во второй половине года; «Магнит» откроет всего 1200 дискаунтеров шаговой доступности, в течение первого полугодия открыто 546 магазинов.

Супермаркеты

По данным РБК Исследования рынков доля супермаркетов по итогам 2014 г. сократилась с 19% до 16,9%, оборот формата в рублевом эквиваленте показал прирост в 15,8%. Начиная с сентября 2014 г., тенденция замедления прироста показателей, начавшаяся в 2013 г., прекратилась благодаря опережающему росту цен и торговой наценки в магазинах.

Продолжилась экспансия российских и международных ритейлеров в регионы как органическим методом, так и с помощью сделок M&A и франчайзинга. Сеть супермаркетов «Лента» выросла с 10 до 24 объектов в Москве и Московской области к концу 2014 года. Продолжает развивать сеть супермаркетов петербургская компания «О'Кей», открывшая в 2014 г. 5 магазинов. На 13 магазинов выросла сеть «Перекресток», включая «Зеленые Перекрестки», работающие в более высоком ценовом сегменте. ГК «Дикси» открыла 7 магазинов «Виктория». 15 супермаркетов открыла «Азбука вкуса», в их числе и новый для сети формат - крупноформатный супермаркет «AB Маркет».

Однако темпы прироста количества супермаркетов сократились – по оценке РБК Исследования рынков с мая 2014 г. по май 2015 г. показатель сократился на 10% (нетто), в то время как общее количество сетевых продовольственных магазинов увеличилось на 13,7%.

Темпы прироста выручки супермаркетов федеральных и крупных региональных сетей по итогам 2014 г. продолжила замедляться. Например, выручка супермаркетов «Кировский» выросла на 20%, супермаркетов «Минимарт» – на 3,5%, супермаркетов «Виктория» – на 18,3%, «Виват» – на 6,7%, выручка сети «Перекресток» выросла на 3,1%.

Значительно выросла выручка сети премиальных супермаркетов «Азбука вкуса» – по данным компании, показатель вырос на 26,5% по итогам 2014 года, что, однако, меньше прогнозируемого компанией показателя в 40%.

Более чем в шесть раз выросла выручка супермаркетов «Лента», что обусловлено более чем двукратным увеличением числа магазинов.

Ассортимент супермаркетов снизился на 5%, что обусловлено последствиями введения продовольственного эмбарго. Супермаркеты оказались наиболее чувствительным форматом, поскольку доля импортных продовольственных товаров здесь была выше, чем в других торговых форматах. Ритейлеры были вынуждены в срочном порядке замещать запрещенные продукты как отечественными, так и импортными (из тех стран, продукция которых не попала под действие эмбарго). В итоге ассортимент российских супермаркетов подвергся значительным изменениям, как количественным, так и качественным.

Внутри формата можно выделить несколько типов супермаркетов:

Небольшие супермаркеты, близкие к магазинам у дома, с ассортиментом товаров 5-10 тыс. SKU, сравнительно небольшой площадью и парковкой на 15-30 автомобилей, обычно обслуживают квартал или несколько кварталов небольшого города. Средний чек в 2014 г. составлял 420 рублей.

Супермаркеты среднего ценового уровня, с ассортиментом 12-20 тыс. наименований, наличием собственного производства блюд, парковкой до 50 автомобилей, располагаются на оживленных улицах, обслуживая несколько кварталов. Иногда могут быть якорными арендаторами в небольших региональных торговых центрах. Средний чек в 2014 г. составлял 485 рублей.

Супермаркеты премиального класса с ассортиментом товаров 25-60 тыс., большой долей импортных товаров, собственным кулинарным производством, располагаются в центре города. Средний чек в 2014 г. составлял 1000-1100 рублей.

Элитные супермаркеты и продуктовые бутики с расширенным количеством ассортимента экологически чистых и диетических продуктов, значительной долей деликатесной продукции, большим выбором дорогого алкоголя, собственным производством готовых блюд ресторанного уровня. Средний чек в 2014 г. варьируется от 1500 до 4500 рублей (оценка РБК Исследования рынков).

Два ключевых региона, где сейчас успешно развиваются премиальные супермаркеты – Москва и ближнее Подмосковье и Санкт-Петербург, поэтому в перспективе развитие данного сегмента продолжится именно здесь. По оценке РБК Исследования рынков, доля премиальных магазинов в объеме сетевого рынка FMCG составляла около 4,5% в 2013 г. и порядка 3,5% в 2014 году. Отметим, что попытки столичных премиальных сетей выйти на рынки других крупных городов РФ не увенчались успехом.

В 2015 г. можно ожидать дальнейшего замедления темпов открытия новых супермаркетов, кроме того, в этом формате будет, по мнению аналитиков РБК Исследования рынков, больше закрытий нерентабельных магазинов, чем в других торговых форматах. По оценкам РБК Исследования рынков, доля супермаркетов в 2015 г. может снизиться до 15-16% в совокупном обороте сетевой продовольственной розницы.

Гипермаркеты / cash & carry

В 2014 г., по оценкам аналитиков РБК Исследования рынков в России открылось около 160 новых гипермаркетов. Лидером остался «Магнит», открывший 80 гипермаркетов, включая 51 компактный гипермаркет «Магнит Семейный»; «Лента» открыла 31 гипермаркет; сеть «О'Кей» – 9 гипермаркетов. X5 Retail Group в 2014 г. закрыла 17 гипермаркетов «Карусель».

Иностранные компании открыли в 2014 г. 26 магазинов, в т.ч. 7 гипермаркетов «Ашан» и «Ашан Сити», 7 торговых центров «МЕТРО», 2 гипермаркета «К-Рюка», 2 гипермаркета «Глобус», 5 франчайзинговых гипермаркета InterSpar и Spar, 2 гипермаркета Prisma, 1 cash&carry Selgros.

По данным РБК Исследования рынков в 2014 г. суммарная выручка крупноформатной розницы начала расти после заметного замедления в 2013 г.: 15,2% против 1,5% годом ранее. Совокупная доля гипермаркетов и cash & carry в обороте продовольственной сетевой розницы в рублевом исчислении снизилась в 2014 г. до 28,3% (2013 г.: 32%). На долю иностранных игроков пришлось 43,8% оборота крупноформатной розницы в 2013 г. (2013 г.: 43,3%).

Магазины cash & carry на российском рынке развиваются главным образом за счет компаний «МЕТРО» и Selgros, из российских игроков в этом формате работает единственный магазин «Кэш» (ГК «Виктория»), «Гигант» («Сибирский Гигант») и дальневосточная сеть «Самбери».

С точки зрения географического охвата гипермаркеты уже присутствуют в городах с населением менее 500 тыс. человек, а в перспективе начнется освоение и более мелких городов. В 2015 г. ожидается открытие примерно 50-60 гипермаркетов и магазинов cash&carry, если все заявленные планы будут выполнены в полном объеме. Отметим, что у ритейлеров изменился подход к открытию новых торговых объектов – он стал более осторожным и взвешенным.

Еще одна интересная тенденция – это отказ от так называемых big boxes в пользу более компактных магазинов. Сократит среднюю площадь гипермаркета X5 Retail Group, более компактные объекты будет открывать «О'Кей» и «Лента».

Магазины у дома

Данный формат начал активно развиваться на российском рынке в 2005-2006 гг., однако во время кризиса спрос на него снизился. Новый этап в развитии магазинов шаговой доступности наступил в 2011 году, когда в этом формате начали работать федеральные сети. Основными конкурентами магазинов шаговой доступности являются несетевые магазины прилавочной торговли, дискаунтеры и небольшие супермаркеты.

По оценкам РБК Исследования рынков в 2014 г. доля магазинов шаговой доступности в совокупном обороте продовольственной сетевой розницы осталась без существенных изменений и составила 12,3%, а объем продаж вырос на 33,4%.

В 2014 г. средний чек магазинов шаговой доступности вырос на 17,1%, ассортимент – на 2%, выручка с квадратного метра торговой площади выросла на 26,3%.

В настоящее время магазины шаговой доступности развиваются в большей степени региональными компаниями, что обусловлено стандартами формата. В настоящее время на российском рынке работают две федеральных сети магазинов шаговой доступности: «Дикси» и «Перекресток-Экспресс» (X5 Retail Group).

В 2012 г. работу в формате магазина шаговой доступности начала компания «МЕТРО Кэш энд керри» (бренд «Фасоль»). Сеть будет развиваться по франчайзинговой схеме, однако клиенты будут освобождены от выплаты роялти и паушальных взносов, соблюдая при этом ряд обязательств, связанных в основном с ассортиментом: 250 артикулов различных товарных категорий и постоянный ассортимент товаров под собственными торговыми марками МЕТРО в количестве 200 артикулов. На апрель 2015 г. сеть включала в себя 20 магазинов в Москве, Санкт-Петербурге и Ростове-на-Дону, в 2015 г. компания планирует увеличить присутствие в Московском регионе.

В целом магазин шаговой доступности сейчас более востребован, чем дискаунтер, однако сетям, развивающим такой формат, приходится конкурировать с одиночными магазинами и нестационарной торговлей. Постепенно начинают складываться стандарты магазина шаговой доступности, хотя такие показатели, как площадь, ассортимент и соотношение продовольственных и непродовольственных товаров по-прежнему могут сильно отличаться.

Уникальной характеристикой магазинов шаговой доступности является востребованность данного торгового формата как в крупных городах, так и в небольших. По мнению аналитиков РБК Исследования рынков развитие магазинов шаговой доступности тесно связано с темпами жилищного строительства. Его доля в обороте сетевой розницы может составить уже 13-13,5%, однако это будет зависеть от темпов прироста выручки с кв. м торговой площади и среднего чека.

По оценке РБК Исследования рынков к маю 2015 г. суммарное количество магазинов шаговой доступности приблизилось к 7150 объектам, увеличившись на 7,7% по сравнению с маем 2014 года.

Ассортимент сократился во всех форматах за исключением магазинов шаговой доступности. Причиной стали последствия введения продовольственного эмбарго в августе 2014 года. Летом 2015 г. действие эмбарго было продлено, что позволяет говорить о долгосрочной тенденции импортозамещения, которая стала заметна уже в 2014 году. Однако не все товары можно заменить отечественной продукцией или продукцией из стран, не попавших в санкционный список. Кроме того, изменение географии поставок и рост закупочных цен привели к росту инфляции. Ритейлеры

наращивают количество товаров под СТМ в самых различных категориях продовольственных и непродовольственных товаров. Также сети начали развивать собственное производство продовольственных товаров (производство мяса, птицы, тепличные хозяйства и пр.).

Итогом года, прошедшего с момента введения эмбарго, стало заметное увеличение доли российских продовольственных товаров на полках сетевых магазинов. По оценкам РБК Исследования рынков в 2013 г. показатель составлял порядка 40%, а к началу августа 2015 г. достиг уже 65-70%. Однако в ряде товарных категорий наблюдается дефицит товаров, заменить их нечем, поскольку в России не налажено их производство или российские производители не в состоянии обеспечить необходимый объем поставок.

Другие форматы

На рынке продолжают появляться новые торговые форматы, например, фрешмаркеты, магазины-кафе, супермаркеты эко-продуктов, небольшие мелкоформатные магазины и гибридные форматы. Как было отмечено выше, заметную роль на российском рынке начинают играть сети специализированных продуктовых магазинов и фирменных точек, предлагающих товары определенного производителя или одной-двух товарных категорий. Их роль на рынке сетевой продовольственной розницы значительно выросла, во многих исследованных РБК регионах они занимают до 15-20% местного рынка. Ритейлеры с универсальным ассортиментом FMCG-товаров все чаще конкурируют именно со специализированными сетями. Количество сетевых магазинов специализированных сетей увеличилось к апрелю 2015 г. на 27,1% по сравнению с июнем 2014 года и достигло 17 тысяч торговых точек.

Что касается финансовых показателей магазинов, построенных в 2014 г. – первой половине 2015 г., то здесь можно ожидать более длительного срока выхода на окупаемость, что будет во многом зависеть от местоположения торговой точки. Показатели LFL будут расти более медленными темпами, чем в 2014 г., особенно это касается среднего чека и трафика покупателей. Это связано с ростом розничных цен на фоне снижающихся доходов россиян.

С точки зрения форматов, у многих регионов РФ есть большой потенциал для развития как магазинов крупноформатной розницы, так и магазинов небольших форматов. Во второй половине 2014 – 2015 гг. выйдут на окупаемость гипермаркеты и торговые центры cash&carry, введенные в 2010-2011 гг., когда темпы ввода таких объектов снизились из-за кризиса. Поэтому вряд ли можно ожидать заметного увеличения доли крупноформатной розницы в 2015 – 2016 гг.

Уровень конкуренции в большинстве регионов в настоящее время средний, с тенденцией к повышению, однако, в ряде городов-миллионников его уже можно назвать высоким. Постепенно ритейл осваивает средние и небольшие города, где растут объемы жилищного строительства, что стимулирует спрос на современные продовольственные магазины.

Ключевые характеристики российских сетей

На основании данных, полученных в ходе анкетирования компаний-операторов российского продуктового ритейла и данных, опубликованных в свободном доступе, аналитики РБК сформировали список ключевых характеристик бизнеса и параметров, отражающих эффективность работы торговых сетей. В приведенных ниже таблицах содержатся максимальные, минимальные и усредненные значения.

Общие характеристики (средняя торговая площадь, количество персонала и посещаемость сетевых магазинов)

Табл. 3. Средняя торговая площадь магазинов, распределение по форматам, кв. м, 2013-2014 гг.

Формат	Min, 2013	Min, 2014	Max, 2013	Max, 2014	Среднее значение, 2013	Среднее значение, 2014
Дискаунтер	300	222	1 000	1 000	480	377
Супермаркет	200	320	6 000	2 500	1 332	870
Гипермаркет / cash & carry	1 158	1 192	12 000	12 000	5 700	6 896
Магазин у дома	80	80	2 800	2 231	450	372

Источник: данные компаний, оценка РБК Исследования рынков

Средняя площадь дискаунтера в 2014 году сократилась на 21,5%. Это связано с ростом арендных ставок на фоне дефицита торговых площадей в стрит-ритейле, где чаще всего располагаются такие магазины.

Наибольшее разнообразие диапазона торговых площадей по-прежнему демонстрируют супермаркеты: от 320 до 6000 кв. метров. Это связано как с отсутствием единого стандарта у формата «супермаркет», поскольку зачастую признаками супермаркета является наличие самообслуживания и величина ассортимента, так и с появлением новых подформатов: крупноформатных супермаркетов, минимаркетов и пр. К этому формату относится часть магазинов, позиционирующихся как универсам.

Формат «магазин у дома» («магазин шаговой доступности») также демонстрирует широту диапазона средней торговой площади. Средняя торговая площадь магазина шаговой доступности в 2014 г. снизилась до 372 кв. м, что на 17,3% больше показателя 2013 года. В целом аналитики и участники рынка отмечают, что данный формат весьма разнообразен по площади магазинов, величине и структуре ассортимента.

По итогам 2014 г. на 21% выросла средняя торговая площадь крупноформатной розницы – гипермаркетов и cash& carry. Это вызвано, в частности, закрытием 17 гипермаркетов «Карусель», переходом гипермаркетов «Бимарт» под управление «Ленты» и рядом других событий.

В 2011-2014 гг. продолжилось увеличение количества магазинов площадью до 200 кв. м, которые ритейлеры часто позиционируют как минимаркеты. По оценке РБК Исследования рынков, их количество в течение июня 2014 г. – мая 2015 г. выросло с 670 до 785 точек в 46 исследованных регионах (с учетом закрытых магазинов). Примером могут служить минимаркеты «Полушка», минимальная торговая площадь которых – 125 кв. м, магазины «Точка» (120 кв. м), «Минутамакет», «Стопэкспресс» (20-90 кв. м), «Алекма» (30-100 кв. м), «Дымов-продукты» (20-50 кв. м), «АВ Дейли» (120-150 кв. м), «Мера-Маркет», а также небольшие региональные сети мелкорозничной торговли. По своим характеристикам этот формат ближе к супермаркету, однако, уровень торговой наценки может быть существенно выше, а ассортимент – намного меньше. Интересно отметить, что новая сеть «Дымов-продукты» работает в гибридном формате, сочетающем в себе черты магазина дрогери, минимаркета и кофейни.

Кроме того, формат мини-магазина активно осваивают специализированные сети, которые часто работают в павильонах, небольших помещениях в торговых центрах.

По оценкам экспертов, выручка в квадратного метра в таких магазинах выше, чем в дискаунтерах и небольших супермаркетах, и составляет порядка 400-420 тыс. руб.

Средние и небольшие форматы сейчас активно осваивают сегмент стрит-ритейла, где им приходится конкурировать с представителями других областей ритейла. Дефицит торговых площадей дополнительно стимулирует развитие малых форматов торговли.

Табл. 4. Количество сотрудников на один магазин, распределение по форматам, чел., 2013-2014 гг.

Формат	Min, 2013	Min, 2014	Max, 2013	Max, 2014	Среднее значение, 2013	Среднее значение, 2014
Дискаунтер	10	10	20	26	13	18
Супермаркет	35	35	174	162	81	85
Гипермаркет / cash & carry	160	150	800	810	333	320
Магазин у дома	6	6	27	30	20	21

Источник: данные компаний, оценка РБК Исследования рынков

Тенденция сокращения количества персонала магазинов продолжалась, начиная с 2010 года, однако, в 2013 г. показатели выросли, а в 2014 г. эта тенденция продолжилась во всех форматах, за исключением крупноформатной розницы. По мнению аналитиков РБК Исследования рынков это может быть связано с более высокой стоимостью автоматизации торгового бизнеса по сравнению с наймом дополнительного персонала. Кроме того, продолжает расти доля аутсорсингового персонала, который иногда учитывается в общем количестве сотрудников магазина. В настоящее время на аутсорсинг ритейлеры отдают такие функции, как уборка, услуги колл-центров, мерчандайзинг, фасовка и упаковка товаров, услуги грузчиков, складские услуги и пр.

Табл.5. Ежедневное количество покупателей на один магазин (количество кассовых чеков), распределение по форматам, чел., 2013-2014 гг.

Формат	Min, 2013	Min, 2014	Max, 2013	Max, 2014	Среднее значение, 2013	Среднее значение, 2014
Дискаунтер	395	480	1335	1205	820	978
Супермаркет	1 058	1 100	2 996	2 750	1 787	1652
Гипермаркет / cash & carry	1 490	1 500	18 282	15 000	4 984	5 280
Магазин у дома	237	280	2 362	2 232	937	1 202

Источник: данные компаний, оценка РБК Исследования рынков

В 2014 г. среднее количество кассовых чеков выросло в дискаунтерах (+19,3%), гипермаркетах (+5,9%) и магазинах шаговой доступности (28,3%), в супермаркетах трафик снизился. Следует отметить, что LFL-трафик во многих крупных сетях также продолжил сокращаться.

Высокие результаты, по мнению аналитиков РБК Исследования рынков, обеспечили 3-4 кварталы 2014 года, когда наблюдался рост покупательской активности, в том числе, с целью сделать запасы товаров с длительным сроком хранения в условиях роста цен.

Ассортимент продовольственных и непродовольственных товаров**Табл.6. Общий ассортимент товаров, SKU, 2014-2015 гг.**

Формат	Min, 2014	Min, 2015	Max, 2014	Max, 2015	Среднее значение, 2014	Среднее значение, 2015
Дискаунтер	650	600	3 500	3 500	1 715	1 655
Супермаркет	3 000	3 000	60 000	60 000	15 332	14 565
Гипермаркет / cash & carry	7 000	6 100	163 740	163 000	30 935	31 400
Магазин у дома	1 000	1 000	15 000	12 000	6 381	6 510

Источник: данные компаний на апрель-май 2014 и 2015 гг., оценка РБК Исследования рынков

Табл.7. Ассортимент продовольственных товаров, SKU, 2014-2015 гг.

Формат	Min, 2014	Min, 2015	Max, 2014	Max, 2015	Среднее значение, 2014	Среднее значение, 2015
Дискаунтер	750	750	1 900	1 750	1 321	1 229
Супермаркет	5 600	5 600	27 000	24 000	11 324	10 980
Гипермаркет / cash & carry	5 950	5 720	49 003	49 000	18 974	19 010
Магазин у дома	1 200	1 200	12 161	11 850	5 069	5 120

Источник: данные компаний на апрель-май 2014 и 2015 гг., оценка РБК Исследования рынков

Табл.8. Ассортимент непродовольственных товаров, SKU, 2014-2015 гг.

Формат	Min, 2014	Min, 2015	Max, 2014	Max, 2015	Среднее значение, 2014	Среднее значение, 2015
Дискаунтер	83	83	600	600	265	258
Супермаркет	750	750	12 800	12 600	3 510	3 490
Гипермаркет / cash & carry	1 050	1 050	79 234	79 234	11 787	11 920
Магазин у дома	50	50	2 125	2 100	1 006	1 050

Источник: данные компаний на апрель-май 2014 и 2015 гг., оценка РБК Исследования рынков

Табл.9. Доля товаров российского производства в ассортименте некоторых торговых сетей на май-июнь 2015 г., %

Название сети	Доля российских товаров, %
«Лента»	95,8%
«Ашан»	80%
«Кировский»	70%
«МЕТРО»	72,3%*
«Глобус»	70% (продовольственные товары)
«Радеж»	60%
«Ритм 2000» («Тверской купец», «Тележка», «Вольный купец»)	Более 60%
«Эссен» (гипермаркет)	50-90% (в отдельных товарных категориях)

Название сети	Доля российских товаров, %
«Дикси» (магазины у дома)	85-90%
X5 Retail Group	Более 90% (в выручке)
ГК «Командор»	42% (доля товаров местных производителей)
ГК «Вестер»	40%
ГК «Молния», в т.ч.	63,8%
гипермаркет	63,8%
супермаркет	70,4%
магазин шаговой доступности	79,0%

Источник: данные компаний, СМИ, оценка РБК Исследования рынков

В перспективе доля российских товаров на полках торговых сетей продолжит расти, поскольку действие эмбарго было продлено еще на год, а курс на импортозамещение и обеспечение продовольственной безопасности России стал одним из основополагающих в стратегии развития российской экономики до 2020 года.

Товары под собственной торговой маркой (СТМ)

Начиная с 2007 г. направление собственных торговых марок начало развиваться, а в период кризиса стало одним из наиболее перспективных в ассортиментной политике сетей. В настоящее время товары под собственными торговыми марками присутствуют в ассортименте большинства ритейлеров, включая специализированные сети. Именно за счет товаров под СТМ ритейлеры увеличивают маржу в последние годы, когда рост розничных цен по многим товарным группам растет опережающими темпами.

По оценке РБК Исследования рынков в среднем доля продаж товаров под СТМ в глобальных и федеральных сетях составила 12,2% от совокупной выручки компаний в 2014 году (2013 г.: 14,4%). Отметим, что многие федеральные и глобальные ритейлеры не раскрыли данных о величине доли СТМ в выручке за 2014 год.

Табл.10. Компании-лидеры по доле товаров под СТМ в обороте сети, %, 2014 г.

Название сети/компания	Формат	Доля СТМ в общем объеме реализации, % (оценочное значение)
Бахетле	Мультиформатная	Более 40,0
Монетка	Мультиформатная	32,0 (2013 г.)
АВ Дейли	Магазин у дома	20,3
Мария-Ра	Мультиформатная	20,3
Ашан	Гипермаркет	19,0*
X5 Retail Group, в т.ч.	Мультиформатная	15,1 (2013 г.)
Пятерочка	Дискаунтер	12,6 (2013 г.)
Перекресток	Супермаркет	6,8 (2013 г.)
Карусель	Гипермаркет	5,6 (2013 г.)
Магнит, в т.ч.	Мультиформатная	10,9
Магнит	Дискаунтер	12,7

Название сети/компания	Формат	Доля СТМ в общем объеме реализации, % (оценочное значение)
Магнит	Гипермаркет	6,4
Магнит Семейный	Компактный гипермаркет	7,6
МЕТРО	Cash&carry	11,2
Лента	Гипермаркет	14,0
Prisma	Мультиформатная	10,0
ГК Лама	Мультиформатная	10,0
Вестер	Мультиформатная	10,0
Дикси, в т.ч.	Мультиформатная	9,8
Дикси	Магазин у дома	2,0
О'Кей	Мультиформатная	8,0 (2013 г.)
Система РегионМарт	Мультиформатная	8,0*
Азбука вкуса	Супермаркет	9,4
АБК	Магазин у дома	6,5
Полушка	Мультиформатная	6,0*
ГК Командор	Мультиформатная	4,5
Виват, в т.ч.	Мультиформатная	4,2
Виват	Магазин у дома	5,7
Виват	Супермаркет	4,4
Виват	Гипермаркет	3,1
Глобус	Гипермаркет	3,8
Красный Яр	Супермаркет	2,5
Билла	Супермаркет	1,0

Источник: данные компаний, * - экспертные оценки, данные СМИ, расчеты РБК Исследования рынков

Что касается ценовой сегментации, то с 2010 г. отмечается прирост числа товаров под СТМ среднеценового и премиального сегментов. Однако введение продовольственного эмбарго изменило стратегию развития СТМ у многих сетей, поскольку ритейлеры вводили в ассортимент СТМ товары из санкционного списка, произведенные в Италии, Испании, Германии и других странах, продукция которых вошла в санкционный список. Главным образом это были сыры, морепродукты и другие товары. В итоге компаниям пришлось исключать эти товары из ассортимента или искать российских производителей.

Средний чек и оборот с квадратного метра торговой площади

Табл.11. Средний чек (с НДС) в магазинах разных форматов, руб., 2013-2014 гг.

Формат	Min, 2012	Min, 2014	Max, 2013	Max, 2014	Среднее значение, 2013	Среднее значение, 2014
Дискаунтер	206	301	327	611	269	278,1
Супермаркет*	230	265,6	700	570	410	477,4
Гипермаркет (включая компактные гипермаркеты)	342	509,7	3 000	4 000	854	1 084,2

Формат	Min, 2012	Min, 2014	Max, 2013	Max, 2014	Среднее значение, 2013	Среднее значение, 2014
Магазин у дома	199	223,3	350	550	251	293,9

* - без учета элитных супермаркетов

Источник: данные компаний, оценка РБК Исследования рынков

В 2014 г. средний чек в рублях вырос во всех форматах: в дискаунтерах – на 3,4%, в супермаркетах – на 16,4%, в магазинах у дома – на 17,1%, в гипермаркетах – на 27%.

В магазинах cash & carry средний чек вырос и варьировался в диапазоне 2,3-5,2 тыс. рублей, однако данных для вычисления среднего показателя по формату было недостаточно.

Табл. 12. Сравнение средней торговой площади магазинов и среднего оборота с квадратного метра, распределение по форматам, 2013-2014 гг.

Формат	Средний оборот с кв. м торговой площади, руб., 2013	Средний оборот с кв. м торговой площади, руб., 2014	Средняя торговая площадь, кв. м, 2013	Средняя торговая площадь, кв. м, 2014
Дискаунтер	234 880	230 573	480	377
Супермаркет	272 150	317 399	1 332	870
Гипермаркет / cash & carry	255 243	279 419	5 700	6 896
Магазин у дома	239 593	302 534	450	372

Источник: данные компаний, оценка РБК Исследования рынков

По итогам 2014 г. наиболее эффективными форматами были супермаркеты и магазины шаговой доступности, где на фоне сокращения средней площади магазинов вырос показатель среднего оборота с квадратного метра торговой площади.

В целом все форматы показали тенденции роста в 2014 году, но в 2015 г. можно ожидать замедления темпов прироста оборота с квадратного метра и среднего чека.

Рейтинги ведущих торговых сетей по итогам 2014 года

Рейтинг составлен на основании данных, полученных при анкетировании ритейлеров, проведенном РБК, а также анализа публикаций в открытых источниках.

Отсутствие сети в рейтинге может быть обусловлено тем, что управляющая компания не раскрыла соответствующие данные или предоставила их РБК Исследования рынков на условиях конфиденциальности.

Прозрачность бизнеса многих компаний по-прежнему невысока, ритейлеры не раскрывают показателей эффективности и финансовых показателей. На рынке продовольственного ритейла преобладают непубличные компании, что затрудняет его оценку.

Табл.13. Рейтинг торговых сетей по величине оборота за 2014 год

N	УК	Название сети	Формат	Оборот, млрд руб. (без НДС)
1	ЗАО "Тандер"	Магнит, Магнит Семейный	Мультиформатная (без учета магазинов косметики)	742 965

№	УК	Название сети	Формат	Оборот, млрд руб. (без НДС)
2	X5 Retail Group N.V.	Пятерочка, Перекресток, Карусель, Копейка, Перекресток-Экспресс, Пятерочка Мини и др.	Мультиформатная	633 577
3	ООО "Ашан-Россия"	Ашан, Ашан Сити, Наша Радуга	Гипермаркет	313 629
4	ОАО "Дикси Групп"	Дикси, Мегамарт, Минимарт, Виктория, Квартал, КЭШ, Дешево	Мультиформатная	227 163
5	ООО "МЕТРО Кэш энд Керри"	Метро Кэш энд керри	Cash & Carry	209 455
6	ООО "Лента"	Лента	Мультиформатная	193 988
7	ООО "О'Кей групп"	О'Кей, О'Кей Экспресс	Мультиформатная	149 954
8	ЗАО "Спар Централ Раша" и другие партнеры	Spar	Мультиформатная	75 000
9	ООО "РМ-Консалт"	Монетка, Монетка-Супер, Райт	Мультиформатная	62 000
10	ООО "Атак"	Атак	Супермаркет	58 023
11	ПКФ "Мария-Ра"	Мария-Ра	Мультиформатная	57 600
12	ООО "ТД Интерторг"	Народная 7Я, Идея, Норма, Spar	Мультиформатная	55 897
13	ОАО "Седьмой Континент"	Седьмой Континент, НАШ Гипермаркет	Мультиформатная	54 186
14	ГК "Холидей"	Холидей Классик, Кора, Сибириада, Холди	Мультиформатная	53 851
15	ООО "Гиперглобус"	Глобус	Гипермаркет	53 337
16	ООО "Городской супермаркет"	Азбука Вкуса	Мультиформатная	41 042
17	ООО "Билла"	Billa	Супермаркет	34 748
18	ЗАО "Корпорация ГриНН"	Линия	Гипермаркет	32 728
19	ЗАО "Супермаркет "Кировский", ООО "Лев"	Кировский	Супермаркет	24 908
20	ООО «Союз Святого Иоанна Воина»	Верный	Дискаунтер	21 000*
21	ООО "МПМ "Магнолия"	Магнолия	Магазин у дома	20 690
22	ООО "Ритм-2000"	Вольный Купец, Тверской Купец, Тележка, 4 сезона, Апельсин, Экономика	Мультиформатная	20 125
23	ООО "Оптовик"	Эссен, Эссен Экспресс, Камилла	Гипермаркет	19 987
24	ООО "Элита-98"	Командор, Аллея	Мультиформатная	19 909
25	ООО Группа Компаний "Промресурс"	Европа	Мультиформатная	19 907
26	ООО "Стаф-ресурс" и др.	Цезарь, Spar	Мультиформатная	18 500*
27	ГК "Тамерлан"	Пятерочка, Покупочка	Дискаунтер	17 666

№	УК	Название сети	Формат	Оборот, млрд руб. (без НДС)
28	ООО "Любавушка Ритейл Групп", ООО "Сити Ритейл"	Полушка, Е-да!, Лайм, Всенародный	Мультиформатная	17 397
29	ООО "Зельгрос"	Зельгрос	Cash & Carry	15 613
30	ООО «Компания Метрополис»	Метрополис	Супермаркет	14 108
31	ООО «Центр реструктуризации»	Гроздь	Магазин у дома	14 092
32	ЗАО "Форвард" (ПОЛУШКА)	Полушка	Мультиформатная	14 074
33	ООО "Виват-трейд"	Виват, Дельта	Мультиформатная	12 928
34	ОАО "Раут", ООО "Сеть магазинов "Провиант"	Авоська	Дискаунтер	12 720
35	ООО "Призма"	Призма	Мультиформатная	12 507
36	ООО УК "Система РегионМарт"	Поляна, Чибис, Спутник	Мультиформатная	12 369
37	ООО "Молл"	Молния, Молния-Экспресс, Спар	Мультиформатная	12 367
38	ООО "МАН"	МАН, МиниМАН, Гурман, СуперМАН	Мультиформатная	11 954
39	ГК Система Глобус	Система Глобус, Все на свете	Супермаркет	11 500
40	ООО "Бахетле-1"	Бахетле, Халяль	Супермаркет	11 434
41	ООО "ТХ Сибирский Гигант"	Сибирский Гигант, Мегас, Горожанка	Мультиформатная	11 155
42	АТП "ПАНОРАМА РИТЕЙЛ"	Пять шагов, Дисма, Сигма	Мультиформатная	10 750
43	ООО "Радеж"	Радеж	Мультиформатная	10 539
44	ГК "Лама"	Фуд-Сити, Абрикос плюс, Лама	Мультиформатная	10 130
45	ГК «Ижтрейдинг»	Ижтрейдинг, Три банана, Миндаль, Экстра, Spar	Мультиформатная	9 932
46	ООО "Холлифуд"	Низкоцен, Продукты 24 часа, Наш магазин, ЕДА, Победа!Маркет, Победа	Мультиформатная	9 800
47	ГК Батыр	Байрам, Сабантуй	Мультиформатная	9 300
48	ОАО "Енисейская торговая компания"	Красный Яр	Супермаркет	8 600
49	ГК «Слата»	Слата, Славный	Мультиформатная	8 600
50	ООО "ТС Аникс"	Аникс	Мультиформатная	8 519
51	ГК "Экс"	Семья, Диско	Мультиформатная	8 400*
52	ООО «ТД Ак Барс Торг»	Пятерочка, Чак-Чак, Пестречинка	Мультиформатная	8 000
53	ООО "Универсал-Трейдинг"	Матрица	Мультиформатная	7 882
54	ООО "Неотрейд"	Пеликан, Миндаль	Мультиформатная	7 804
55	ЗАО "Гулливер"	Гулливер	Мультиформатная	7 692
56	ООО "Лакмин"	Лакмин	Мультиформатная	7 249

№	УК	Название сети	Формат	Оборот, млрд руб. (без НДС)
57	ООО "Мясновъ-77"	Мясновъ	Специализированный магазин	7 177
58	ЗАО "Аматус"	Я любимый	Супермаркет	6 927
59	Группа "Вестер"	Вестер, Вестер Гипер, Сосед	Мультиформатная	6 880
60	ОАО "Центрторг" ("СРТ-Воронеж", "Долекс", "Центрторг-Розница")	Центрторг	Мультиформатная	6 716
61	ООО «Елак»	Алми	Мультиформатная	6 430
62	ОАО "Росинка Ритейл"	Росинка, Паллада	Мультиформатная	6 147
63	ООО «РегионТорг»	Быстроном, Сантимо	Мультиформатная	6 000*
64	ООО «ТВК-Р»	Табрис, Ля Пом	Супермаркет	5 938
65	ООО "Волгаторг"	Семейный	Дискаунтер	5 786
66	ООО "Кеско Фуд Рус"	К-Руока	Гипермаркет	5 552
67	ООО "Апродукт"	А-продукт	Супермаркет	4 941
68	ЗАО "Висант-Торг"	Пятью пять	Дискаунтер	4 856
69	ГК Ринг	Ринг, Спар	Мультиформатная	4 800*
70	ООО "Нордик-Нева"	Нетто	Дискаунтер	4 647
71	ЗАО "Корпорация АБК"	АБК	Магазин у дома	4 600
72	ТД Челны-хлеб	Челны-Хлеб, Мудрая Хозяйка, Дядюшкина ферма, Хлеб-соль	Мультиформатная	4 520
73	ООО "Акваркет"	Акваркет, Знак качества, Экономька	Мультиформатная	4 381
74	ООО "ТК "Лэнд"	Лэнд	Супермаркет	4 194
74	ОАО "Фирма ОРТ Универсал"	Универсал	Мультиформатная	3 136
75	ООО "Райцен", ООО "Райцентр НН"	Райцентр	Мультиформатная	3 069
76	ООО "Торговый Дом Реаль"	Реаль Свежие продукты	Магазин у дома	2 629
77	ООО "Дворцовый ряд-МС"	Дворцовый ряд	Дискаунтер	2 489
78	ООО "Визит-1"	Добряк, Экономыч, Все в розочках, Самбери	Мультиформатная	1 026

* - оценочное значение (публикации в СМИ, оценки аналитиков РБК Исследования рынков)
 Источник: данные компаний, СПАРК-Интерфакс, публикации в СМИ, оценка РБК Исследования рынков

Табл.14. Рейтинг торговых сетей по количеству магазинов на начало 2015 г.

№	УК	Название сети	Формат	Количество магазинов
1	ЗАО "Тандер"	Магнит, Магнит Семейный	Мультиформатная (без учета магазинов косметики)	8 631

№	УК	Название сети	Формат	Количество магазинов
2	X5 Retail Group N.V.	Пятерочка, Перекресток, Карусель, Копейка, Перекресток-Экспресс, Пятерочка Мини и др.	Мультиформатная	5 483
3	ОАО "Дикси Групп"	Дикси, Мегамарт, Минимарт, Виктория, Квартал, КЭШ, Дешево	Мультиформатная	2 195
4	ПКФ "Мария-Ра"	Мария-Ра	Мультиформатная	714
5	ООО "РМ-Консалт"	Монетка, Монетка-Супер, Райт	Мультиформатная	701
6	ГК "Холидей"	Холидей Классик, Кора, Сибириада, Холди	Мультиформатная	511
7	ООО "ТД Интерторг"	Народная 7Я, Идея, Норма, Spar	Мультиформатная	441
8	ЗАО "Спар Централ Раша" и другие партнеры	Spar	Мультиформатная	420
9	ООО «Союз Святого Иоанна Воина»	Верный	Дискаунтер	400
10	ГК "Тамерлан"	Пятерочка, Покупочка	Дискаунтер	333
11	ООО «ТД Ак Барс Торг»	Пятерочка, Чак-Чак, Пестречинка	Мультиформатная	260
12	ООО «Центр реструктуризации»	Гроздь	Магазин у дома	242
13	ЗАО "Форвард" (ПОЛУШКА)	Полушка	Мультиформатная	225
14	ООО "МПМ "Магнолия"	Магнолия	Магазин у дома	205
15	ООО "Любавушка Ритейл Групп", ООО "Сити Ритейл"	Полушка, Е-да!, Лайм, Всенародный	Мультиформатная	202
16	ООО "Лента"	Лента	Мультиформатная	195
17	ООО "ТС Аникс"	Аникс	Мультиформатная	193
18	ООО "Ритм-2000"	Вольный Купец, Тверской Купец, Тележка, 4 сезона, Апельсин, Экономика	Мультиформатная	181
19	ООО УК "Система РегионМарт"	Поляна, Чибис, Спутник	Мультиформатная	170
20	ООО "Волгаторг"	Семейный	Дискаунтер	160
21	ЗАО "Супермаркет "Кировский", ООО "Лев"	Кировский	Супермаркет	158
22	ООО "Мясновъ-77"	Мясновъ	Специализированный магазин	158
23	ОАО "Седьмой Континент"	Седьмой Континент, НАШ Гипермаркет	Мультиформатная	156
24	ОАО "Росинка Ритейл"	Росинка, Паллада	Мультиформатная	151
25	ООО "Атак"	Атак	Супермаркет	150
26	ООО "Радеж"	Радеж	Мультиформатная	135
27	ООО "Неотрейд"	Пеликан, Миндаль	Мультиформатная	128
28	ГК Батыр	Байрам, Сабантуй	Мультиформатная	124

№	УК	Название сети	Формат	Количество магазинов
29	ООО "Холлифуд" и др.	Низкоцен, Продукты 24 часа, Наш магазин, ЕДА, Победа!Маркет, Победа	Мультиформатная	114
30	ООО "Элита-98"	Командор, Аллея, Хороший	Мультиформатная	109
31	ООО "О'Кей групп"	О'Кей, О'Кей Экспресс	Мультиформатная	108
32	ООО "Оптовик"	Эссен, Эссен Экспресс, Камилла	Гипермаркет	104
33	ООО "Виват-трейд"	Виват, Дельта	Мультиформатная	99
34	ООО "Билла"	Billa	Супермаркет	98
35	ООО "Ашан-Россия"	Ашан, Ашан Сити, Наша Радуга	Гипермаркет	88
36	ОАО "Раут", ООО "Сеть магазинов "Провиант"	Авоська	Дискаунтер	83
37	АТП "ПАНОРАМА РИТЕЙЛ"	Пять шагов, Дисма, Сигма	Мультиформатная	83
38	ГК Ижтрейдинг	Ижтрейдинг, Три банана, Миндаль, Экстра, Spar	Мультиформатная	83
39	ГК Ринг	Ринг, Спар	Мультиформатная	82
40	ООО "МЕТРО Кэш энд Керри"	Метро Кэш энд керри	Cash & Carry	80
41	ООО "Стаф-ресурс" и др.	Цезарь, Spar	Мультиформатная	76
42	ОАО "Енисейская торговая компания"	Красный Яр	Супермаркет	67
43	ООО "Городской супермаркет"	Азбука Вкуса	Мультиформатная	66
44	ООО "Райцен", ООО "Райцентр НН"	Райцентр	Мультиформатная	64
45	ООО "Аквамаркет"	Аквамаркет, Знак качества, Экономька	Мультиформатная	60
46	ООО "МАН"	МАН, МиниМАН, Гурман, СуперМАН	Мультиформатная	58
47	ОАО "Центрторг" ("СРТ-Воронеж", "Долекс", "Центрторг-Розница")	Центрторг	Мультиформатная	56
48	ЗАО "Гулливвер"	Гулливвер	Мультиформатная	55
49	ООО "Универсал-Трейдинг"	Матрица	Мультиформатная	54
50	ГК "Лама"	Фуд-Сити, Абрикос плюс, Лама	Мультиформатная	51
51	ГК Слата	Слата, Славный	Мультиформатная	51
52	ООО «Компания Метрополис»	Метрополис	Супермаркет	50
53	ЗАО "Висант-Торг"	Пятю пять	Дискаунтер	48
54	ООО "Нордик-Нева"	Нетто	Дискаунтер	48
55	ООО "Молл"	Молния, Молния-Экспресс, Спар	Мультиформатная	45

№	УК	Название сети	Формат	Количество магазинов
56	ООО Группа Компаний "Промресурс"	Европа	Мультиформатная	44
57	ГК "Экс"	Семья, Диско	Мультиформатная	44
58	ООО «Елакс»	Алми	Мультиформатная	41
59	ООО "Торговый Дом Реаль"	Реаль Свежие продукты	Магазин у дома	41
60	ГК Система Глобус	Система Глобус, Все на свете	Супермаркет	38
61	ТД Челны-хлеб	Челны-Хлеб, Мудрая Хозяйка, Дядюшкина ферма, Хлеб-соль	Мультиформатная	37
62	ООО "Дворцовый ряд-МС"	Дворцовый ряд	Дискаунтер	37
63	ЗАО "Корпорация АБК"	АБК	Магазин у дома	36
64	ООО "Лакмин"	Лакмин	Мультиформатная	34
65	ООО "Бахетле-1"	Бахетле, Халяль	Супермаркет	30
66	Группа "Вестер"	Вестер, Вестер Гипер. Сосед	Мультиформатная	30
67	ООО «РегионТорг»	Быстроном, Сантимо	Мультиформатная	28
68	ОАО "Фирма ОРТ Универсал"	Универсал	Мультиформатная	27
69	ООО "ТХ Сибирский Гигант"	Сибирский Гигант, Мегас, Горожанка	Мультиформатная	26
70	ЗАО "Корпорация ГриНН"	Линия	Гипермаркет	25
71	ЗАО "Аматус"	Я любимый	Супермаркет	21
72	ООО "Призма"	Призма	Мультиформатная	19
73	ООО "Апродукт"	А-продукт	Супермаркет	19
74	ООО "Визит-1"	Добряк, Экономыч, Все в розочках, Самбери	Мультиформатная	11
75	ООО "ТК "Лэнд"	Лэнд	Супермаркет	10
76	ООО "Гиперглобус"	Глобус	Гипермаркет	9
77	ООО «ТВК-Р»	Табрис, Ля Пом	Супермаркет	9
78	ООО "Зельгрос"	Зельгрос	Cash & Carry	8
79	ООО "Кеско Фуд Рус"	К-Руока	Гипермаркет	6

Источник: данные компаний, оценка РБК Исследования рынков, Retailer Top 200

Ключевые тенденции и прогноз развития отрасли в среднесрочной перспективе

По мнению аналитиков РБК Исследования рынков ключевыми тенденциями на российском рынке сетевого FMCG-ритейла, определяющими его развитие в краткосрочной перспективе, являются следующие:

- усиление тенденции к мультиформатности сетей за счет ввода дисконтных форматов, в том числе переформатирование или рестайлинг имеющихся магазинов;
- рост доли российских товаров в ассортименте (в среднем до 40-50%) и выручке торговых сетей, ускорение импортозамещения по ключевым товарам, развитие собственного производства (тепличные хозяйства, фермы и пр.);

- рост популярности дисконтных форматов торговли по аналогии с кризисом 2008-2009 гг.;
- сжатие потребительского спроса, переход россиян к более сдержанной потребительской модели, осторожное отношение к тратам и усиление влияния ценового фактора на выбор товара;
- изменение бизнес-моделей и стратегии развития сетей в связи с изменениями рыночной конъюнктуры и высокой стоимостью заемных средств, снижение показателей LFL;
- сокращение планов по открытию новых магазинов на вторую половину 2015 года и, возможно, 2016 год;
- сокращение объемов строительства распределительных центров и складов класса А и В, в том числе по системе built-to-suit, вследствие этого – возможный дефицит складских площадей в ряде регионов;
- изменение географии поставок и связанных с этим преобразований в логистике торговых сетей, масштабный передел рынка дистрибуции продовольственных товаров вследствие введения эмбарго и курса на импортозамещение;
- активизация сделок M&A в секторе продуктового ритейла, значительное усиление консолидации рынка за счет вымывания с рынка небольших и частично средних по величине выручки игроков;
- существенное усиление роли государства в регулировании отрасли, увеличение налоговой нагрузки на бизнес.

Прогноз развития форматов на период 2015-2017 гг.

В 2014-2015 гг. структура форматов розничной торговли постепенно начала видоизменяться под влиянием изменений конъюнктуры рынка, начиная со второй половины 2014 года. В 2015 г. в структуре выручки сетевого ритейла, сегментированной по форматам торговли, могут произойти значительные изменения, связанные с изменением потребительской модели россиян. Основной тенденцией станет сокращение доли крупноформатной розницы на фоне роста доли дискаунтеров и магазинов у дома за счет сокращения среднего чека в первую очередь в крупноформатных магазинах.

Доля дискаунтеров в 2015-2016 гг. будет колебаться в пределах 34-36%, более значительное увеличение возможно в случае усиления негативных тенденций в экономике и резкого перехода к другой потребительской модели.

Доля супермаркетов в 2015 г. снизится, что обусловлено замедлением показателей российских операторов данного формата и снижением трафика покупателей. Много будет зависеть от ассортиментной политики сетей, от наличия выгодных ценовых предложений. Однако выше 17% доля формата в 2015-2016 гг. не поднимется, поскольку развитие тормозит слабый потребительский спрос, обусловленный низким уровнем доходов во многих регионах РФ. Высокий уровень торговой наценки в супермаркетах также не способствует росту доли данного формата.

Усиление негативных тенденций в экономике и последовавшее за ним сжатие спроса обусловили рост популярности дисконтных форматов торговли. К ним относятся дискаунтеры, экономические супермаркеты и частично гипермаркеты. Развитие данных форматов будет происходить неравномерно, однако дискаунтеры в среднесрочной перспективе сохраняют свои позиции, постепенно увеличивая долю рынка.

Магазины шаговой доступности будут развиваться по мере развития рынка жилой недвижимости. Поскольку в среднесрочной перспективе темпы ввода жилья будут довольно скромными и до 2018 г. составят в среднем 1,1%, аналитики РБК Исследования рынков прогнозируют долю магазинов шаговой доступности на уровне 12-13%. Изменения могут внести масштабные переформатирования уже имеющихся сетей, как это было с сетью «Дикси».

Доля крупноформатной розницы будет колебаться в интервале 29-31%, в данном формате ключевую роль играет срок окупаемости и динамика ввода новых объектов, поскольку для данного формата характерны пики роста, сменяющиеся кратковременным снижением доли рынка. Крупноформатная розница наиболее уязвима за счет значительных инвестиций, требующихся для ее развития.

В целом для сетевой продовольственной торговли характерно появление новых форматов, зачастую это смешанные формы: компактные гипермаркеты ("Магнит Семейный"), магазины импульсного спроса (STORExpress), фрэшмаркеты ("Лайм" и пр.), мегадискаунтеры ("ПобедаМаркет"), минимаркеты при АЗС. По мнению аналитиков РБК Исследования рынков подобная тенденция обусловлена высоким уровнем конкуренции и дефицитом торговых площадей.

Особенности государственного регулирования отрасли

В течение сентября-декабря 2014 г. давление на ритейл со стороны государства сильно возросло, причем тенденции таковы, что в 2015 году можно ожидать дальнейшего ужесточения налогового и административного законодательства. Это объясняется резким ухудшением экономической ситуации и началом кризиса, который вынуждает власти применять непопулярные меры, чтобы наполнить бюджет.

Основная проблема – рост цен, с которой пока что государство борется исключительно запретительными мерами. Импортозамещение не может произойти быстрее, чем за 3-4 года, а в некоторых отраслях – 7-8 лет. Кроме того, при производстве многих продовольственных товаров используется импортное сырье, которое будет дорожать из-за ослабления курса рубля и роста отпускных цен со стороны зарубежных поставщиков.

Увеличение налоговой нагрузки на ритейл приведет к быстрому вымыванию с рынка небольших, а за ними и средних по размеру выручки компаний. За счет этого усилится консолидация бизнеса, как это произошло в 2008-2010 гг.

Уровень долговой нагрузки у российских ритейлеров сейчас существенно ниже, чем в кризис 2008-2009 гг., однако ситуация в банковском секторе намного хуже из-за отсутствия доступа к "длинным" деньгам из-за санкций США и ЕС. В этой ситуации ритейлерам помогла бы поддержка со стороны государства, как это было сделано в 2008-2009 гг., когда крупным компаниям были выделены кредиты на льготных условиях. Однако резкое увеличение учетной ставки говорит о дальнейшем росте ставок для корпоративного кредитования, поэтому реализация такого варианта маловероятна.

Более вероятным аналитикам РБК Исследования рынков представляется вариант "замораживания" введения новых налогов до 2018 года, хотя здесь возможно использование косвенных инструментов, таких как недавно введенные торговые сборы.

Последствия введения продовольственного эмбарго

Основными последствиями введения продуктового эмбарго в краткосрочной перспективе стали следующие:

рост оптовых и розничных цен на продовольственные товары, попавшие под эмбарго;

изменение географии поставок, переориентация на страны Латинской Америки, Китай, Индию, Турцию, Египет, Израиль, Азербайджан, Грузию и ряд других стран;

рост реэкспорта запрещенных товаров из Беларуси;

дефицит ряда товаров на полках (рыба и морепродукты, некоторые сорта фруктов, молочная продукция);

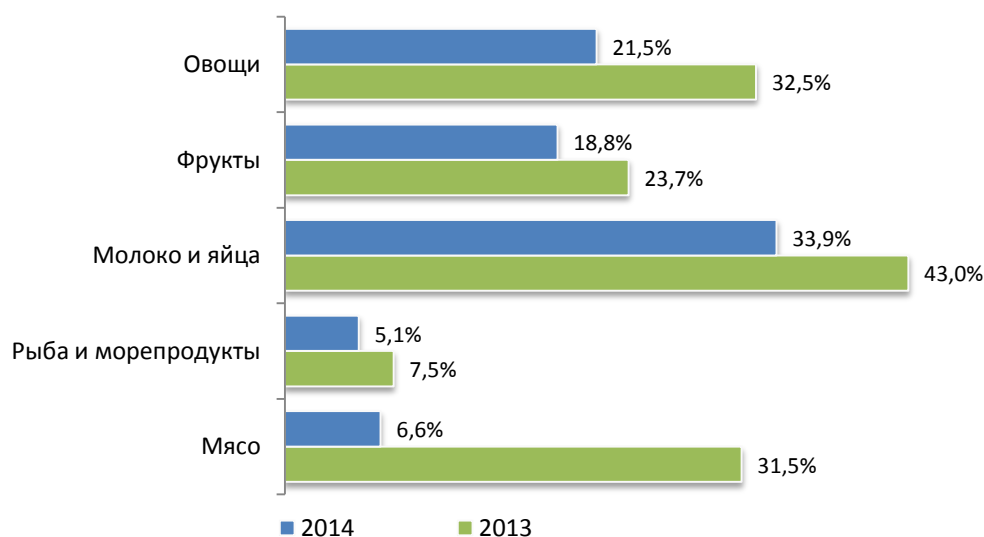
рост логистических издержек в связи с изменением географии поставок;

сокращение ассортимента магазинов;

возможный рост внутреннего производства в случае усиления господдержки.

Доля импорта из стран ЕС (28) по итогам 2014 г. значительно сократилась, наиболее заметно – в категориях «мясо», «овощи», «молоко и яйца».

Рис.15. Доля стран ЕС (28) в импорте продовольствия в РФ в тоннах, 2013-2014 гг., %



Источник: Intracen.org, РБК Исследования рынков

По данным ФТС общий объем импорта в РФ продовольственных товаров, попавших под ответные запретные меры России на санкции западных стран, в 2014 г. упал на 39,3% в физическом и на 41,7% в денежном выражении по сравнению с 2013 годом.

Продовольственное эмбарго, введенное Россией в августе 2014 г., резко изменило ситуацию на рынке и приоритетные направления деятельности ритейлеров. Основными задачами сейчас являются следующие: поиск новых поставщиков, изменение ассортиментной матрицы, сдерживание роста цен. Список продуктов, запрещенных к ввозу в Россию в течение года, был опубликован 7 августа: в него вошли товары из США, Канады, Евросоюза, Норвегии и Австралии – мясо, рыба, молоко, колбасы, овощи, фрукты, орехи и др.

Таким образом, сейчас происходит передел рынка импортных поставок продовольственных товаров и сырья для их производства, который завершится не ранее конца первого – начала второго квартала 2015 года. На текущий момент российские производители не смогут полностью заместить объемы импорта из стран, попавших под эмбарго, и в течение года вряд ли смогут нарастить мощности до нужного уровня.

ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ

Макроэкономические показатели ЦФО

Центральный федеральный округ занимает 3,8% территории России, на его долю приходится 26,6% населения страны¹.

Крупнейшие города и численность населения

Табл.17. Общие данные по ЦФО

Показатель	На 1.01.2015
Население Центрального ФО	39 млн чел.
Городское население	31,9 млн чел.
Сельское население	7,1 млн чел.
Число субъектов РФ	18
Число городов (по итогам переписи 2010 г.)	310

Источник: Росстат

Табл.18. Наиболее крупные города ЦФО на 1 января 2015 г., человек

Город	Население, тыс. чел.
Москва	12 184,0
Воронеж	1 024,0
Ярославль*	602,4
Рязань	533,3
Липецк*	509,7
Тула*	490,5
Курск*	431,2
Тверь	414,0
Иваново*	409,2
Брянск*	408,5
Белгород	384,2
Владимир	350,1
Калуга	342,7
Смоленск	330,0
Орел*	317,1
Тамбов	288,1
Кострома*	273,4
Старый Оскол*	220,6

* - по данным на 1.01.2014 г.

Источник: Росстат (с учетом окончательных итогов Всероссийской переписи населения 2010)

¹ Предварительные данные. С учетом численности населения Крымского федерального округа.

Уровень доходов населения

Среднедушевой уровень доходов жителей ЦФО – самый высокий в России. Такой уровень доходов по-прежнему обеспечивается главным образом за счет высокого уровня благосостояния жителей Москвы и Подмосковья.

Разрыв в уровне экономического развития столичного региона и ряда областей ЦФО позволяет говорить о сильной социально-экономической дифференциации внутри округа.

Уровень доходов в Москве в 1,6 раза выше, чем в среднем по округу, и почти в 3 раза выше, чем в Костромской области – последнем по уровню доходов жителей регионе Центральной России.

Остальные регионы ЦФО находятся на примерно одинаковом уровне: наиболее высокие доходы зафиксированы в Воронежской, Белгородской и Липецкой областях, минимальные – во Владимирской, Орловской и Костромской областях.

Численность экономически активного населения по данным выборочного обследования населения по проблемам занятости в 2014 г. составила 21,1 млн человек, или 70,6% общей численности населения округа.

Табл.19. Среднемесячный денежный доход на душу населения в ЦФО в 2014 г., руб.

Регион	Среднемесячный денежный доход на душу населения, руб.
Российская Федерация	27 748,8
Центральный федеральный округ	35 105,6
г. Москва	55 170,4
Московская область	34 852,7
РЕГИОНЫ С ДОХОДОМ НИЖЕ СРЕДНЕРОССИЙСКОГО ПОКАЗАТЕЛЯ	
Воронежская область	25 530,3
Белгородская область	25 432,0
Липецкая область	25 247,9
Калужская область	24 948,2
Ярославская область	23 659,9
Курская область	23 397,2
Тульская область	23 040,9
Тамбовская область	22 208,5
Смоленская область	21 796,3
Брянская область	21 789,9
Рязанская область	21 733,4
Тверская область	20 525,8
Ивановская область	20 381,0
Владимирская область	20 353,4
Орловская область	19 675,2
Костромская область	19 295,5

Источник: Росстат

Розничная торговля

В 2014 году оборот розничной торговли в ЦФО составил 9 016,4 млрд руб., что на 3,9% выше уровня 2013 года (8 036,4 млрд рублей). Доля ЦФО в общем обороте розничной торговли страны увеличилась до 34,5% по сравнению с 33,8% в 2013 году.

Половина розничного оборота Центрального федерального округа традиционно приходится на Москву (4 436,9 млрд руб.). За 2014 год оборот розничной торговли в Москве вырос на 2,4%.

Табл.20. Оборот розничной торговли в регионах ЦФО, 2014 г.

Регион	Млн рублей	В % к 2013 г.	На душу населения, руб.
Российская Федерация (млрд руб.)	26 118,9	102,5	180 410
Центральный федеральный округ	9 016 362,9	103,9	231 873
г. Москва	4 436 898,4	102,4	365 089
Московская область	1 583 514,2	107,9	220 314
Воронежская область	422 902,3	107,2	181 499
Белгородская область	253 669,7	107,6	164 079
Тульская область	234 065,2	103,5	152 864
Тверская область	202 162,6	104,9	153 135
Липецкая область	198 277,1	104,7	171 096
Брянская область	196 015,8	103,3	158 501
Ярославская область	190 275,6	104,5	149 623
Владимирская область	180 715,6	100,4	129 564
Тамбовская область	167 903,4	102,9	157 556
Курская область	164 199,8	104,5	146 850
Калужская область	162 837,3	102,4	161 623
Рязанская область	158 719,2	103,1	140 026
Смоленская область	144 959,7	101,8	150 008
Ивановская область	144 744,7	104,4	138 185
Орловская область	99 438,3	101,2	131 430
Костромская область	75 064,1	101,6	114 959

Источник: Росстат

Табл.21. Оборот розничной торговли по торговым сетям Центрального ФО, 2014 год

	2014, млн руб.	В % к суммарному обороту розничной торговли по торговым сетям округа
Российская Федерация, млрд руб.	5 920,2	
Центральный федеральный округ	2 109 610,8	100,0%
Белгородская область	57 839,1	2,7%
Брянская область	40 519,6	1,9%
Владимирская область	57 395,3	2,7%

	2014, млн руб.	В % к суммарному обороту розничной торговли по торговым сетям округа
Воронежская область	96 908,9	4,6%
Ивановская область	35 470,1	1,7%
Калужская область	42 322,0	2,0%
Костромская область	16 387,2	0,8%
Курская область	39 723,3	1,9%
Липецкая область	44 832,6	2,1%
Московская область	474 285,7	22,5%
Орловская область	29 317,8	1,4%
Рязанская область	48 071,0	2,3%
Смоленская область	26 411,1	1,3%
Тамбовская область	34 293,5	1,6%
Тверская область	35 635,7	1,7%
Тульская область	62 629,6	3,0%
Ярославская область	53 116,3	2,5%
г. Москва	914 452,0	43,3%

Источник: Росстат

Наиболее развитым с точки зрения сетевой торговли в 2014 году, согласно данным Росстата, традиционно является Московский регион, на долю которого приходится 65,8% выручки торговых сетей ЦФО. За счет столь сильной централизации доля остальных регионов в суммарном обороте торговых сетей варьируется от 0,8% до 4,6%.

СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ

Макроэкономические показатели СЗФО

Северо-Западный федеральный округ занимает 9,9% территории России, на его долю приходится 9,5% населения страны.

Крупнейшие города и численность населения

Табл. 22. Общие данные по СЗФО

Показатель	На 1.01.2015
Население Северо-Западного ФО	13,8 млн чел.
Городское население	11,6 млн чел.
Сельское население	2,2 млн чел.
Число субъектов РФ	11
Число городов (по итогам переписи 2010 г.)	146

Источник: Росстат

Табл. 23. Наиболее крупные города СЗФО на 1 января 2014 г., тыс. человек

Город	Население, тыс. чел.
Санкт-Петербург*	5 191,7
Калининград	448,5
Архангельск	350,4
Череповец	316,8
Вологда	308,2
Мурманск	299,2
Петрозаводск	272,1
Сыктывкар	242,0
Великий Новгород	220,0
Псков	206,7
Северодвинск	187,3
Ухта	99,2

Источник: Росстат

*- по данным на 1.01.2015 г.

Уровень доходов населения

Уровень благосостояния населения определяется, прежде всего, денежными доходами населения, которые в расчете на душу населения, по предварительным данным, в целом по Северо-Западному федеральному округу составили 28 495 рублей в месяц (в целом по России – 27 749 рублей в месяц).

Как и в 2012-2013 годы, в 2014 году СЗФО по уровню среднемесячного дохода на душу населения находится на четвертом месте в России. Как и ранее, в половине регионов среднедушевые доходы ниже среднего российского показателя.

Необходимо отметить, что в 2014 году все регионы округа продемонстрировали рост среднемесячных доходов населения от 3,2% до 14,6%. Наибольший рост доходов в 14,6% был отмечен в Новгородской области, где уровень среднемесячных до-

ходов составил 24 тыс. рублей. Также высокий рост доходов продемонстрировали Архангельская (+12,3%) и Вологодская (+12,1%) области.

Минимальный рост доходов населения был отмечен в Ненецком автономном округе, где он составил 3,2% по сравнению с результатами 2013 года.

Численность экономически активного населения по данным выборочного обследования населения по проблемам занятости в 2014 г. составила 7,5 млн человек, или 70,7% общей численности населения округа.

Табл. 24. Среднемесячный денежный доход на душу населения в СЗФО в 2014 г., руб.

Регион	Среднемесячный денежный доход на душу населения, руб.
Российская Федерация	27 748,8
Северо-Западный федеральный округ	28 494,9
Ненецкий авт.округ	67 619,5
г. Санкт-Петербург	34 661,3
Мурманская область	33 990,6
Республика Коми	30 684,4
Архангельская область	29 325,4
<i>РЕГИОНЫ С ДОХОДОМ НИЖЕ СРЕДНЕРОССИЙСКОГО ПОКАЗАТЕЛЯ</i>	
Новгородская область	24 013,8
Калининградская область	22 869,7
Вологодская область	22 505,9
Республика Карелия	22 469,5
Ленинградская область	20 902,4
Псковская область	19 031,3

Источник: оценка РБК Исследования рынков по данным Росстат

Розничная торговля

Оборот розничной торговли в 2014г. увеличился в товарной массе по сравнению с соответствующим периодом 2013 г. на 1,2% и составил 2 352,8 млрд рублей. В расчете на душу населения было реализовано товаров на 170,2 тыс. рублей (в среднем по России – на 181,6 тыс. рублей).

На СЗФО приходится менее десятой части всего розничного товарооборота в России. Около 42,6% от оборота округа формирует розничная торговля Санкт-Петербурга.

Табл. 25. Оборот розничной торговли в регионах СЗФО, 2014 г.

Регион	Млн рублей	В % к 2013 г.	На душу населения, руб.
Российская Федерация (млрд руб.)	26 118,9	102,5	180 410
Северо-Западный федеральный округ	2 352 777,3	101,2	172 438
г. Санкт-Петербург	1 001 215,2	100,8	197 144
Ленинградская область	268 740,6	100,3	156 780
Архангельская область	200 534,2	103,2	176 491
Республика Коми	158 114,2	99,9	181 937

Регион	Млн рублей	В % к 2013 г.	На душу населения, руб.
Мурманская область	151 386,6	101,0	196 943
Вологодская область	146 127,3	100,0	125 014
Калининградская область	132 114,4	102,5	136 627
Республика Карелия	95 964,1	101,1	153 651
Новгородская область	96 388,9	105,2	155 324
Псковская область	94 674,7	103,2	144 799
Ненецкий авт.округ	7 517,1	102,5	178 374

Источник: Росстат

Табл. 26. Оборот розничной торговли по торговым сетям Северо-Западного ФО, 2014 г.

	2014, млн руб.	В % к суммарному обороту розничной торговли по торговым сетям округа
Российская Федерация, млрд руб.	5 920,2	
Северо-Западный федеральный округ	879 314,8	100,0%
Республика Карелия	28 426,1	3,2%
Республика Коми	32 035,5	3,6%
Архангельская область, в том числе:	27 555,4	3,1%
Ненецкий авт.округ	1 335,7	0,0%
Архангельская область без авт.округа	26 219,7	3,0%
Вологодская область	36 470,1	4,1%
Калининградская область	28 358,8	3,2%
Ленинградская область	111 806,9	12,7%
Мурманская область	56 348,6	6,4%
Новгородская область	31 255,3	3,6%
Псковская область	28 935,6	3,3%
г.Санкт-Петербург	498 122,5	56,6%

Источник: Росстат

Наиболее развитым с точки зрения оборота сетевой торговли среди регионов Северо-Западного ФО в 2014 г. остается Санкт-Петербург, его доля в общем объеме сетевой торговли составила 56,6%.

На втором месте – Ленинградская область с результатом 12,7%, на третьем – Мурманская область (6,4%).

СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ

Северо-Кавказский федеральный округ выделен из состава Южного федерального округа РФ указом Президента России Д.А. Медведева от 19 января 2010 года. По территории это самый маленький федеральный округ России - он занимает 1,0% территории России, на его долю приходится 6,6% населения страны. Центр округа – г. Пятигорск.

Макроэкономические показатели СКФО

Крупнейшие города и численность населения

Табл. 27. Общие данные по СКФО

Показатель	На 1.01.2015
Население Северо-Кавказского ФО	9,6 млн чел.
Городское население	4,7 млн чел.
Сельское население	4,9 млн чел.
Число субъектов РФ	7
Число городов	56

Источник: ФСГС РФ

Табл. 28. Наиболее крупные города СКФО на 1 января 2014 г., человек

Город	Население, тыс. чел.
Махачкала	578,3
Ставрополь	419,8
Владикавказ	307,3
Грозный	280,3
Нальчик	238,8
Пятигорск	146,0
Хасавюрт	135,3
Кисловодск	129,9
Черкесск*	124,2
Дербент	120,5
Невинномысск	117,6
Каспийск	105,1
Назрань	105,8
Ессентуки	103,1

Источник: ФСГС РФ

Уровень доходов населения

Численность экономически активного населения, по данным выборочного обследования населения по проблемам занятости, в 2014 г. составила 4,5 млн человек, или 66,1% общей численности населения округа.

Уровень благосостояния населения определяется, прежде всего, денежными доходами населения, которые в расчете на душу населения, по предварительным дан-

ным, в целом по Северо-Кавказскому федеральному округу составили 20 884 рубля в месяц (в целом по России – 27 749 рублей в месяц).

Номинальная начисленная среднемесячная заработная плата в 2014г. составила 21 200 рублей и возросла по сравнению с 2013г. на 8,4%, реальная начисленная заработная плата – на 1,9%.

Уровень жизни населения СКФО самый низкий в стране. Среднедушевые доходы населения округа составляют около 75% от сложившегося в среднем по стране уровня.

Наибольшие в округе доходы жителей отмечаются в Республике Дагестан. В Карачаево-Черкесской Республике среднедушевой доход почти в 2 раза ниже, чем в среднем по России.

Табл. 29. Среднемесячный денежный доход на душу населения в СКФО в 2014 г., руб.

Регион	Среднемесячный денежный доход на душу населения, руб.
Российская Федерация	27 748,8
Северо-Кавказский федеральный округ	20 884,3
<i>РЕГИОНЫ С ДОХОДОМ НИЖЕ СРЕДНЕРОССИЙСКОГО ПОКАЗАТЕЛЯ</i>	
Республика Дагестан	23 515,6
Ставропольский край	21 413,9
Республика Северная Осетия – Алания	19 972,7
Чеченская Республика	19 966,0
Республика Ингушетия	17 377,5
Кабардино-Балкарская Республика	16 639,2
Карачаево-Черкесская Республика	16 269,1

Источник: оценка РБК Исследования рынков по данным ФСГС РФ

Розничная торговля

Розничный оборот округа в 2014 году составляет 5,1% от всего объема розничной торговли в стране. Лидерами в округе являются Республика Дагестан и Ставропольский край. Наиболее динамичный рост по сравнению с 2013 годом отмечался в Чеченской республике.

Оборот розничной торговли в СКФО в 2014 г. увеличился в товарной массе по сравнению с соответствующим периодом 2013 г. на 4% и составил 1 337,2 млрд рублей. В расчете на душу населения было реализовано потребительских товаров на 139,3 тыс. рублей (в среднем по России – на 180,4 тыс. рублей).

Табл. 30. Оборот розничной торговли в СКФО в 2014 г.

Регион	Млн руб.	В % к 2013 г.	На душу населения, руб.
Российская Федерация, млрд рублей	26 118,9	102,5	180 410
Северо-Кавказский федеральный округ	1 337 152,7	104,0	139 263
Республика Дагестан	509 251,4	107,0	171 054
Ставропольский край	462 140,1	100,8	165 228
Чеченская Республика	119 468,6	109,4	88 310
Кабардино-Балкарская Республика	100 209,4	103,7	116 477

Регион	Млн руб.	В % к 2013 г.	На душу населения, руб.
Республика Северная Осетия – Алания	92 897,6	102,7	131 840
Карачаево-Черкесская Республика	36 634,4	98,1	78 422
Республика Ингушетия	16 551,3	95,8	41 805

Источник: ФСГС РФ

Табл. 31. Оборот розничной торговли по торговым сетям Северо-Кавказского ФО, 2014 год

	2014, млн руб.	В % к суммарному обороту розничной торговли по торговым сетям округа
Российская Федерация, млрд руб.	5 920,2	
Северо-Кавказский федеральный округ	77 305,7	100%
Республика Дагестан	5 741,1	7,4%
Республика Ингушетия	-	-
Кабардино-Балкарская Республика	8 342,2	10,8%
Карачаево-Черкесская Республика	5 205,2	6,7%
Республика Северная Осетия - Алания	6 081,0	7,9%
Чеченская Республика	-	-
Ставропольский край	51 936,2	67,2%

Источник: Росстат

Наиболее развитым с точки зрения сетевой торговли в 2014 году, согласно данным Росстата, являлись Кабардино-Балкарская Республика (10,8%) и Ставропольский край (67,2%), сформировавшие около 80% выручки торговых сетей в СКФО. В остальных регионах сетевая торговля развита слабо, данных по Чеченской и Ингушской Республикам нет.

ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ

Макроэкономические показатели ЮФО

Южный федеральный округ занимает 2,4% территории России, на его долю приходится 9,6% населения страны.

Крупнейшие города и численность населения

Табл. 32. Общие данные по ЮФО

Показатель	На 1.01.2015
Население Южного ФО	14,0 млн чел.
Городское население	8,8 млн чел.
Сельское население	5,2 млн чел.
Число субъектов РФ	6 (до 2010 года в составе округа было 13 субъектов)
Число городов	79

Источник: Росстат

Табл. 33. Наиболее крупные города ЮФО на 1 января 2014 г., человек

Город	Население, тыс. чел.
Ростов-на-Дону	1 109,8
Волгоград	1 018,0
Краснодар	805,6
Астрахань	530,9
Сочи	399,7
Волжский	326,8
Таганрог	253,6
Новороссийск	256,6
Шахты	237,4
Армавир	191,8
Новочеркасск	173,5
Волгодонск	170,1
Майкоп	144,5
Камышин	115,1
Батайск	117,4
Новошахтинск	109,5
Элиста	104,0

Источник: Росстат

Уровень доходов населения

Численность экономически активного населения по данным выборочного обследования населения по проблемам занятости в 2014 г. составила 7,0 млн человек, или 65,7% общей численности населения округа.

Уровень благосостояния населения определяется, прежде всего, денежными доходами населения, которые в расчете на душу населения в целом по Южному феде-

ральному округу составили 24 296 рублей в месяц (в целом по России – 27 749 рублей в месяц).

Самые низкие среднедушевые доходы отмечаются в Республике Калмыкия, их уровень в 2,3 раза ниже, чем в среднем по России.

Табл. 34. Среднемесячный денежный доход на душу населения в ЮФО в 2014 г., руб.

Регион	Среднемесячный денежный доход на душу населения, руб.
Российская Федерация	27 748,8
Южный федеральный округ	24 295,6
Краснодарский край	28 816,4
<i>РЕГИОНЫ С ДОХОДОМ НИЖЕ СРЕДНЕРОССИЙСКОГО ПОКАЗАТЕЛЯ</i>	
Ростовская область	23 230,5
Республика Адыгея	22 277,9
Астраханская область	22 156,5
Волгоградская область	19 058,3
Республика Калмыкия	12 311,1

Источник: оценка РБК Исследования рынков по данным Росстат

Розничная торговля

Южный федеральный округ в 2014 году формировал чуть более 9% всего розничного товарооборота в стране. Три четверти розничных продаж в ЮФО в денежном выражении приходится на Краснодарский край и Ростовскую область.

Оборот розничной торговли в 2014 г. увеличился по сравнению с 2013 г. на 4,2% и составил 2 402,7 млрд рублей. В расчете на душу населения было реализовано потребительских товаров на 172 тыс. рублей (в среднем по России – на 180,4 тыс. рублей).

Табл. 35. Оборот розничной торговли в регионах ЮФО, 2014 г.

Регион	Млн рублей	В % к 2013 г.	На душу населения, руб.
Российская Федерация, млрд рублей	26 118,9	102,5	180 410
Южный федеральный округ	2 402 740,8	104,2	171 997
Краснодарский край	1 064 037	106,6	196 892
Ростовская область	754 132	102,5	177 702
Волгоградская область	326 832	101,0	126 856
Астраханская область	165 223	103,7	162 393
Республика Адыгея	74 618	103,7	164 975
Республика Калмыкия	17 898	105,5	62 779

Источник: Росстат

Табл. 36. Оборот розничной торговли по торговым сетям Южного ФО, 2014 год

	2014, млн руб.	В % к суммарному обороту розничной торговли по торговым сетям округа
Российская Федерация, млрд руб.	5 920,2	
Южный федеральный округ	51 9826,9	100,0%
Республика Адыгея	27 821,8	5,4%
Республика Калмыкия	2 822,2	0,5%
Краснодарский край	194 401,5	37,4%
Астраханская область	28 728,1	5,5%
Волгоградская область	95 698,1	18,4%
Ростовская область	170 355,2	32,8%

Источник: Росстат

Наиболее развитым с точки зрения сетевой торговли в 2014 году, согласно данным Росстата, являлись Краснодарский край (37,4%) и Ростовская область (32,8%), сформировавшие более 70% выручки торговых сетей в ЮФО. Растет выручка торговых сетей в Волгоградской области, которая сформировала 18,4% оборота торговых сетей по ЮФО в целом.

ПРИВОЛЖСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ

Макроэкономические показатели ПФО

Приволжский федеральный округ занимает 6,1% территории России, на его долю приходится 20,3% населения страны.

Крупнейшие города и численность населения

Табл. 37. Общие данные по ПФО, на 1 января 2015 г.

Показатель	На 01.01.2015
Население Приволжского ФО	29,7 млн чел.
Городское население	21,2 млн чел.
Сельское население	8,5 млн чел.
Число субъектов РФ	14
Число городов	191

Источник: ФСГС РФ

Табл. 38. Наиболее крупные города ПФО на 1 января 2014 г., человек

Город	Население, тыс. чел.
Нижний Новгород	1 263,9
Казань*	1 206,1
Самара	1 172,3
Уфа	1 096,7
Пермь	1 026,5
Саратов	840,8
Тольятти*	718,9
Ижевск*	642,0
Ульяновск	616,7
Оренбург	560,0
Пенза	521,3
Набережные Челны*	524,4
Киров	487,1
Чебоксары*	474,0
Саранск	299,2
Стерлитамак*	278,9
Йошкар-Ола	260,3
Дзержинск	235,8
Орск	234,8
Нижнекамск	235,6
Энгельс	217,8
Балаково	194,6
Сызрань	176,1
Салават*	155,4
Березники	150,7

Город	Население, тыс. чел.
Альметьевск	149,9
Новочебоксарск*	125,0
Нефтекамск	124,0
Димитровград	118,5
Октябрьский*	112,3
Новокуйбышевск	106,0
Арзамас	105,0
Сарапул*	99,2

*- по данным на 1.01.2015 г.

Источник: Росстат

Уровень доходов населения

Численность экономически активного населения по данным выборочного обследования населения по проблемам занятости в 2014 г. составила 15,5 млн человек, или 68,4% общей численности населения округа.

Уровень благосостояния населения определяется, прежде всего, денежными доходами населения, которые в расчете на душу населения в целом по Приволжскому федеральному округу составили 24043 рубля в месяц (в целом по России – 27749 рублей в месяц).

Номинальная начисленная среднемесячная заработная плата в 2014г. составила 24645 рублей и возросла по сравнению с 2013г. на 9,0%, реальная начисленная заработная плата – на 1,3%.

Табл. 39. Среднемесячный денежный доход на душу населения в ПФО в 2014 г., руб.

Регион	Среднемесячный денежный доход на душу населения, руб.
Российская Федерация	27 748,8
Приволжский федеральный округ	24 042,7
Республика Татарстан	29 809,3
Пермский край	28 524,6
Нижегородская область	27 948,7
Самарская область	26 035,7
РЕГИОНЫ С ДОХОДОМ НИЖЕ СРЕДНЕРОССИЙСКОГО УРОВНЯ	
Республика Башкортостан	25 981,6
Ульяновская область	21 656,6
Удмуртская Республика	21 268,8
Оренбургская область	20 767,6
Кировская область	20 369,6
Пензенская область	19 478,7
Саратовская область	17 909,0
Чувашская Республика	16 697,4
Республика Марий Эл	16 290,0
Республика Мордовия	16 085,7

Источник: оценка РБК Исследования рынков по данным Росстат

Розничная торговля

В 2014 году доля Приволжского федерального округа в розничном товарообороте страны не изменилась по сравнению с предшествующим годом и составила 18,5%. Традиционно высокий уровень оборота розничной торговли наблюдается в Республиках Башкортостан и Татарстан, а также в Самарской и Нижегородской областях. Данные субъекты обеспечивают более половины объема розничных продаж в округе (58%).

Рост объема розничной торговли за 2014 год был отмечен во всех субъектах округа. Наибольший рост розничной торговли наблюдается в Республиках Мордовия (+7,4%) и Марий Эл (+5,4%), а также в Нижегородской области (+5,9%).

Табл. 40. Оборот розничной торговли в регионах ПФО, 2014 г.

Регион	Млн рублей	В % к 2013 г.	На душу населения, руб.
Российская Федерация (млрд руб.)	26 118,9	102,5	180 410
Приволжский федеральный округ	4 843 460,6	103,2	163 193
Республика Башкортостан	781 337,8	102,7	191 935
Республика Татарстан	781 014,2	102,3	203 038
Самарская область	622 918,1	103,7	194 188
Нижегородская область	623 085,3	105,9	190 206
Пермский край	487 372,8	100,2	184 849
Саратовская область	296 010,1	103,9	120 725
Оренбургская область	269 615,0	104,5	134 482
Удмуртская Республика	196 727,6	104,0	129 660
Пензенская область	177 401,9	102,6	133 259
Кировская область	166 092,6	103,5	126 231
Ульяновская область	163 052,8	101,1	129 143
Чувашская Республика	132 622,3	102,7	106 444
Республика Мордовия	73 085,0	107,4	89 808
Республика Марий Эл	73 125,1	105,4	106 277

Источник: Росстат

Табл. 41. Оборот розничной торговли по торговым сетям Приволжского ФО, 2014 год

	2014, млн руб.	В % к суммарному обороту розничной торговли по торговым сетям округа
Российская Федерация, млрд руб.	5 920,2	
Приволжский федеральный округ	1 086 512,6	100%
Республика Башкортостан	111 325,3	10,2%
Республика Марий Эл	28 752,4	2,6%
Республика Мордовия	15 614,2	1,4%
Республика Татарстан	168 253,3	15,5%
Удмуртская Республика	48 162,6	4,4%
Чувашская Республика	33 516,1	3,1%

	2014, млн руб.	В % к суммарному обороту розничной торговли по торговым сетям округа
Пермский край	103 769,9	9,6%
Кировская область	42 063,7	3,9%
Нижегородская область	149 445,0	13,8%
Оренбургская область	53 165,3	4,9%
Пензенская область	37 955,6	3,5%
Самарская область	163 133,3	15,0%
Саратовская область	88 160,5	8,1%
Ульяновская область	43 195,4	4,0%

Источник: Росстат

Наиболее развитым с точки зрения доли сетевой торговли в суммарном розничном товарообороте Приволжского федерального округа в 2014 году была Республика Марий Эл, где сети обеспечили 39,3% оборота розничной торговли, что на 5,3 п.п. выше уровня 2013 года. Также в 2014 году высокая доля сетевой торговли наблюдалась в Ульяновской (26,5%) и Саратовской (29,8%) областях.

В 2014 году по объему розничного товарооборота сетей лидирует Республика Татарстан, где этот показатель достиг уровня в 168,3 млрд рублей. Второе место занимает Самарская область с объемом сетевой торговли в 163,1 млрд рублей, третье место принадлежит Нижегородской области с оборотом розничной торговли сетей в 149,4 млрд рублей.

Низкая доля сетевой торговли отмечается в республике Башкортостан, где показатель составил всего лишь 14,2%.

УРАЛЬСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ

Макроэкономические показатели УрФО

Уральский федеральный округ занимает 10,6% территории России, на его долю приходится 8,4% населения страны (с учетом численности населения Крымского федерального округа).

Крупнейшие города и численность населения

Табл. 42. Общие данные по УрФО, на 1 января 2015 г.

Показатель	На 1.01.2015
Население Уральского ФО	12,2 млн чел.
Городское население	9,9 млн чел.
Сельское население	2,3 млн чел.
Число субъектов РФ	6
Число городов	115

Источник: ФСГС РФ

* Показатели плотности населения в округе очень неоднородны: например, в Ямало-Ненецком АО – 0,7 человека на квадратный километр, а в Челябинской области – 40,4.

Табл. 43. Наиболее крупные города УрФО на 1 января 2014 г., человек

Город	Население, тыс. чел.
Екатеринбург*	1 428,3
Челябинск*	1 182,2
Тюмень	679,9
Магнитогорск*	417,1
Нижний Тагил*	356,7
Курган*	326,4
Сургут	332,3
Нижневартовск	266,0
Златоуст	170,9
Каменск-Уральский*	170,8
Миасс	150,8
Копейск	141,9
Нефтеюганск	125,9
Первоуральск*	125,4
Новый Уренгой	115,8
Ноябрьск	107,4

Источник: ФСГС РФ

*- по данным на 1.01.2015 г.

Уровень доходов населения

В целом Уральский округ отличается достаточно высоким уровнем доходов и находится на третьей позиции, уступая лишь Центральному ФО и Дальневосточному ФО. Уровень доходов жителей северных нефте- и газодобывающих регионов округа – один из самых высоких в России. Ямало-Ненецкий, Ханты-Мансийский автономные

округа и Тюменская область превышают средний показатель доходов по стране в 1,4-2,2 раза.

Самые высокие доходы населения в 2013 году по-прежнему отмечаются в Ямало-Ненецком и Ханты-Мансийском автономных округах.

В наименее обеспеченной Курганской области среднедушевые доходы жителей в 1,5 раза меньше, чем в среднем по России (так же, как и в 2013 году).

Численность экономически активного населения по данным выборочного обследования населения по проблемам занятости в 2014 г. составила 6,5 млн человек, или 53,3% общей численности населения округа.

Номинальная начисленная среднемесячная заработная плата в 2014 г. составила 37 428 рубль и возросла по сравнению с 2013 годом на 7,3%, реальная начисленная заработная плата – на 0,1%.

Табл. 44. Основные показатели, характеризующие уровень жизни населения УФО в 2014 г. (в расчете на душу населения; в среднем за месяц; рублей)

Регион	Денежные доходы
Российская Федерация	27 748,8
Уральский федеральный округ	30 511,5
Тюменская область	38 694,7
В том числе Ханты-Мансийский авт.округ – Югра	41 929,3
Ямало-Ненецкий авт.округ	60 693,7
Свердловская область	31 998,9
<i>РЕГИОНЫ С ДОХОДОМ НИЖЕ СРЕДНЕРОССИЙСКОГО ПОКАЗАТЕЛЯ</i>	
Челябинская область	23 288,5
Курганская область	18 839,0

Источник: оценка РБК Исследования рынков по данным ФСГС РФ

Розничная торговля

На долю Уральского федерального округа в 2014 году приходилось 9,3% от объема розничных продаж в России. В рейтинге федеральных округов это четвертая позиция. 41% этой суммы сформировала розничная торговля Свердловской области.

Оборот розничной торговли в округе в 2014 году уменьшился в товарной массе по сравнению предшествующим периодом, составив 99% от уровня 2013 года и достигнув значения 2 435,4 млрд рублей.

Табл. 45. Оборот розничной торговли в регионах УФО, 2014 г.

Регион	Млн рублей	В % к 2013 г.	На душу населения, руб.
Российская Федерация, млрд рублей	26 118,9	102,5	180 410
Уральский федеральный округ	2 435 413,2	99,0	198 727
Свердловская область	998 642,6	97,1	230 949
Тюменская область (с АО)	795 674,6	100,9	223 265
в т.ч. Ханты-Мансийский авт. округ - Югра	359 505,8	101,1	224 038
в т.ч. Ямало-Ненецкий авт. округ	127 136,2	100,0	235 512

Регион	Млн рублей	В % к 2013 г.	На душу населения, руб.
Челябинская область	538 815,2	99,5	154 226
Курганская область	102 280,8	100,2	117 095

Источник: ФСГС РФ

Табл. 46. Оборот розничной торговли по торговым сетям Уральского ФО, 2014 г.

	2014, млн руб.	В % к суммарному обороту розничной торговли по торговым сетям округа
Российская Федерация, млрд руб.	5 920,2	
Уральский федеральный округ	509 499,3	100,0%
Свердловская область	229 108,1	45,0%
Челябинская область	124 148,7	24,4%
Тюменская область	129 948,3	13,4%
в том числе:		
Ханты-Мансийский авт. округ - Югра	56 925,3	0,0%
Ямало-Ненецкий авт. округ	8 834,1	1,7%
Курганская область	26 294,2	5,2%

Источник: ФСГС РФ, расчеты РБК Исследования рынков

В целом по Уральскому федеральному округу уровень развития сетевой торговли незначительно отстает от среднего по России уровня. В 2014 году наибольшую долю в обороте розничной торговли по торговым сетям округа имеют Свердловская область (45%) и Челябинская область (24,4%).

СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ

Макроэкономические показатели СФО

Сибирский федеральный округ занимает 30,1% территории России, на его долю приходится 13,2% населения страны.

Крупнейшие города и численность населения

Табл. 47. Общие данные по СФО

Показатель	На 01.01.2015
Население Сибирского ФО	19,3 млн чел.
Городское население	14,0 млн чел.
Сельское население	5,3 млн чел.
Число субъектов РФ	12
Число городов	130

Источник: ФСГС РФ

Табл. 48. Наиболее крупные города СФО на 1 января 2015 г.

Город	Население, чел.
Новосибирск	1 567 087
Омск	1 173 854
Красноярск	1 052 218
Барнаул	635 530
Иркутск	620 099
Томск	564 843
Новокузнецк	550 127
Кемерово	549 159
Улан - Удэ	426 650
Чита	339 453
Братск	236 313
Ангарск	229 592
Бийск	204 164
Прокопьевск	202 672
Норильск	176 559
Абакан	176 200
Рубцовск	146 516
Кызыл	114 181
Северск	108 407
Ачинск	106 502
Бердск	102 608

Источник: ФСГС РФ

Уровень доходов населения

Сибирский округ находится на предпоследней позиции по уровню доходов среди всех округов, опережая лишь Северо-Кавказский ФО. Во всех сибирских регионах уровень доходов ниже среднероссийского показателя.

Наиболее обеспеченный регион округа – Красноярский край. В восьми сибирских регионах средний ежемесячный доход ниже среднего по округу.

В расчете на душу населения в целом по Сибирскому федеральному округу средний денежный доход составил 20 152,4 рубля в месяц (в целом по России – 25 511,7 рубля в месяц).

Табл. 49 Основные показатели, характеризующие уровень жизни населения СФО в 2014 г. (в расчете на душу населения; в среднем за месяц; рублей)

Регион	Денежные доходы
Российская Федерация	27 749
Сибирский федеральный округ	21 473
<i>РЕГИОНЫ С ДОХОДОМ НИЖЕ СРЕДНЕРОССИЙСКОГО ПОКАЗАТЕЛЯ</i>	
Республика Алтай	17 016
Республика Бурятия	22 308
Республика Тыва	13 969
Республика Хакасия	18 543
Алтайский край	18 401
Забайкальский край	20 378
Красноярский край	24 385
Иркутская область	20 464
Кемеровская область	19 853
Новосибирская область	23 572
Омская область	24 190
Томская область	21 510

Источник: ФСГС РФ

В 2014 году покупательная способность населения в пяти регионах СФО снизилась, в целом величина прожиточного минимума растет быстрее доходов населения.

Розничная торговля

Оборот розничной торговли СФО по результатам 2014 г. составляет 10,3% от всего розничного оборота России. Этот показатель держится примерно на одном уровне (10-11%) с 2009 года.

На долю Новосибирской и Кемеровской областей, а также Красноярского края приходится почти половина оборота федерального округа в целом (47,8% в 2014 г.).

Табл. 50. Оборот розничной торговли в регионах СФО, 2014 г.

Регион	Млн рублей	В % к 2013 г.	На душу населения, руб.
Российская Федерация, млрд рублей	26 118,9	102,5	181 606
Сибирский федеральный округ	2 699 546,1	98,7	139 849
Красноярский край	490 769,2	99,7	171 820

Регион	Млн рублей	В % к 2013 г.	На душу населения, руб.
Новосибирская область	462 588,5	100,2	168 893
Кемеровская область	339 052,4	91,3	124 210
Омская область	314 250,0	100,2	159 018
Алтайский край	306 526,3	100,1	128 379
Иркутская область	287 935,8	101,3	119 128
Республика Бурятия	138 997,1	98,8	142 380
Забайкальский край	135 835,4	99,5	124 744
Томская область	120 356,8	94,8	112 251
Республика Хакасия	64 080,5	98,0	119 807
Республика Алтай	20 368,4	105,9	95 809
Республика Тыва	18 785,7	105,6	60 079

Источник: ФСГС РФ

Лидерами в округе по объемам розничной торговли являются Красноярский край и Новосибирская область. На третьем месте – Кемеровская область. В целом реальные темпы прироста оборота розничной торговли в большинстве регионов замедлились. Лидерами по данному показателю в 2014 г. также были Красноярский край и Новосибирская область.

Оборот розничной торговли в 2014 г. увеличился в товарной массе по сравнению с предыдущим годом на 2,5% и составил 2 699,5 млрд рублей. В расчете на душу населения было реализовано товаров на 139,8 тыс. рублей (в среднем по России – на 181,6 тыс. рублей).

ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ

Макроэкономические показатели ДВФО

Дальневосточный федеральный округ занимает 36,1% территории России, на его долю приходится 4,2% населения страны.

Крупнейшие города и численность населения

Табл. 51. Общие данные по ДВФО, на 1 января 2015 г.

Показатель	На 1.01.2015
Население Дальневосточного ФО	6,2 млн чел.
Городское население	4,7 млн чел.
Сельское население	1,5 млн чел.
Число субъектов РФ	9
Число городов	66

Источник: ФСГС РФ

Табл. 52. Наиболее крупные города ДВФО на 1 января 2015 г., человек

Город	Население, чел.
Хабаровск	607 216
Владивосток*	603 244
Якутск	299 169
Комсомольск-на-Амуре	253 030
Благовещенск	224 192
Южно-Сахалинск*	192 734
Петропавловск-Камчатский*	182 711
Уссурийск*	166 819
Находка*	156 442
Артем*	102 405

Источник: ФСГС РФ

Уровень доходов населения

В целом по округу уровень доходов населения достаточно однороден, многие регионы выше среднероссийского уровня. Исключение составляют области с наименьшими доходами – Еврейская АО, Амурская область.

В целом по Дальневосточному федеральному округу денежные доходы населения составили 31,9 тыс. рублей в месяц, что на 4 тыс. рублей выше среднероссийского уровня (в целом по России – 27 748,8 рублей в месяц).

Среднедушевые доходы населения росли во всех субъектах Дальневосточного федерального округа. Максимальный рост доходов населения в 28,2% был отмечен в Чукотском автономном округе, доходы за 2014 год возросли с 42,7 тыс. руб. до 54,7 тыс. руб.

Численность экономически активного населения по данным выборочного обследования населения по проблемам занятости в 2014 г. составила 3,4 млн человек 54,8% общей численности населения округа.

Номинальная начисленная среднемесячная заработная плата в 2014 г., по предварительным данным, составила 40 653,2 рублей и возросла по сравнению с 2012 г. на 9%, реальная начисленная заработная плата – на 2,1%.

Табл. 53. Среднедушевые доходы населения ДФО, руб., 2014 г.

Регион	Денежные доходы
Российская Федерация	27 748,8
Дальневосточный федеральный округ	31 919,2
Чукотский авт.округ	54 705,9
Магаданская область	45 936,2
Сахалинская область	44 526,6
Камчатский край	37 369,1
Республика Саха (Якутия)	34 069,5
Хабаровский край	32 013,3
Приморский край	28 040,6
<i>РЕГИОНЫ С ДОХОДОМ НИЖЕ СРЕДНЕРОССИЙСКОГО ПОКАЗАТЕЛЯ</i>	
Амурская область	26 863,3
Еврейская авт.область	21 639,3

Источник: ФСГС РФ

Розничная торговля

По обороту розничной торговли в 2014 г. округ находится на последнем месте в общероссийском рейтинге, занимая долю в 3,9%.

Оборот розничной торговли в 2014г. увеличился в товарной массе по сравнению с соответствующим периодом 2013г. на 2,5% и составил 1 031,4 млрд рублей. В расчете на душу населения было реализовано товаров на 167,8 тыс. рублей (в среднем по России – на 180,4 тыс. рублей).

Табл. 54. Оборот розничной торговли в регионах ДВФО, 2014 г.

Регион	Млн рублей	В % к 2013 г.	На душу населения, руб.
Российская Федерация, млрд руб.	26 118,9	102,5	180 410
Дальневосточный федеральный округ	1 043 238,6	113,1	167 755
Приморский край	285 901,4	114,9	147 683
Хабаровский край	239 263,0	113,7	178 673
Республика Саха (Якутия)	165 817,9	116,1	173 477
Амурская область	132 756,4	112,2	163 781
Сахалинская область	122 551,3	108,8	250 253
Камчатский край	45 826,2	108,2	143 851
Магаданская область	26 062,9	112,3	174 694
Еврейская авт.область	19 863,4	106,8	117 276
Чукотский авт.округ	5 196,1	94,8	102 795

Источник: ФСГС РФ

Табл. 55. Оборот розничной торговли по торговым сетям, 2014 г.

	2014, млн руб.	В % к суммарному обороту розничной торговли по торговым сетям округа
Российская Федерация, млрд руб.	5 920,2	-
Дальневосточный федеральный округ	108 937	100,0%
Хабаровский край	52 018,1	47,8%
Амурская область	17 716,9	16,3%
Приморский край	17 718,9	16,3%
Республика Саха (Якутия)	9 086,5	8,3%
Камчатский край	5 167,0	4,7%
Еврейская авт.область	2 908,8	2,7%
Магаданская область	2 480,9	2,3%
Сахалинская область	1 839,9	1,7%
Чукотский авт.округ	-	-

Источник: ФСГС РФ

Наиболее развитым регионом округа с точки зрения сетевой торговли в декабре 2014 года, согласно данным Росстата, являлся Хабаровский край. Его доля в обороте розничной торговли по торговым сетям округа составляет 47,8%. Также существенную долю имеют Амурская область и Приморский край (по 16,3% оборота розничной торговли сетям округа приходится на каждый из регионов).