

# Рынок премиальных продуктовых супермаркетов

Маркетинговое исследование  
(демо-версия)



Характеристика сегмента  
Профили крупнейших игроков  
Сравнительный анализ участников рынка

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>РОССИЙСКИЙ РОЗНИЧНЫЙ РЫНОК</b>	<b>11</b>
Объем и динамика рынка	11
Структура рынка	12
Рынок розничной торговли непродовольственными товарами	13
Рынок розничной торговли продовольственными товарами	14
Объем, структура и динамика развития рынка	14
Сегмент розничной торговли алкогольной продукцией	15
Сегмент розничной торговли продуктами питания	16
Географическая структура рынка	18
Прогноз развития рынка	21
<b>ФОРМАТ СУПЕРМАРКЕТ</b>	<b>23</b>
Краткая характеристика	23
Определение формата	23
Площадь	23
Ассортимент	24
Средний чек	24
Наценка	24
Доход	24
Целевая аудитория	25
Инвестиции в открытие	25
Основные игроки	25
Обобщенная характеристика	26
Сравнение с прочими форматами современной торговли	27
<b>ФОРМАТ ПРЕМИАЛЬНЫЙ СУПЕРМАРКЕТ</b>	<b>29</b>
Ключевые характеристики формата	29
Объем и динамика развития рынка в Москве	30
Основные участники рынка	33
Экспресс-паспорта участников рынка	34
Количественная сегментация участников рынка	36
Географическая сегментация участников рынка	36
Общая структура	36
Внутри Третьего транспортного кольца	37
Внутри Садового кольца	37
ТТК-МКАД	38
За МКАД	38
Структурные сдвиги в количественной сегментации рынка	40
Стоимостная сегментация участников рынка (доли участников)	42
2006 год	42
2007 год	43

2008 год	44
2009 год	45
СТРУКТУРНЫЕ СДВИГИ В СТОИМОСТНОЙ СЕГМЕНТАЦИИ РЫНКА	46
ВЫРУЧКА	47
ТОРГОВАЯ ПЛОЩАДЬ	48
ШИРИНА АССОРТИМЕНТА, SKU/кв.м.	49
ТОВАРНАЯ СТРУКТУРА	50
ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ	51
СРЕДНИЙ ЧЕК И НАЦЕНКА	52
КОЛИЧЕСТВО КЛИЕНТОВ	52
ОКУПАЕМОСТЬ	53
РЕГИОНАЛЬНОЕ ПРОНИКНОВЕНИЕ	54
ВЛИЯНИЕ КРИЗИСА	56
<b>ПАСПОРТ «АЗБУКА ВКУСА»</b>	<b>60</b>
ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ	60
РЕГИСТРАЦИОННЫЕ ДАННЫЕ	60
СТРУКТУРА КОМПАНИИ	60
ИСТОРИЯ СОЗДАНИЯ	61
АКЦИОНЕРЫ	61
ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ	61
ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ	62
ТЕРРИТОРИАЛЬНОЕ МЕСТОПОЛОЖЕНИЕ	63
ДИНАМИКА ОТКРЫТИЯ МАГАЗИНОВ	64
ЗАТРАТЫ НА ОТКРЫТИЕ СУПЕРМАРКЕТОВ	64
ПЛОЩАДЬ МАГАЗИНОВ	66
АССОРТИМЕНТ	68
СРЕДНИЙ ЧЕК	68
КОЛИЧЕСТВО КЛИЕНТОВ	69
ПРОГРАММА ЛОЯЛЬНОСТИ	69
РЕЖИМ РАБОТЫ	71
ИНФРАСТРУКТУРА МАГАЗИНОВ	71
ОПЕРАЦИОННЫЕ РАСХОДЫ	77
ВЫРУЧКА СЕТИ, В ТОМ ЧИСЛЕ ОТДЕЛЬНО ПО МАГАЗИНАМ	77
СТРУКТУРА ВЫРУЧКИ	80
КАДРОВАЯ ПОЛИТИКА	80
СРЕДНЕСПИСОЧНАЯ ЧИСЛЕННОСТЬ И РАСХОДЫ НА ПЕРСОНАЛ	80
ПОСТАВЩИКИ	81
МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ	81
ПЛАНЫ ПО РАЗВИТИЮ	82

БУХГАЛТЕРСКИЙ БАЛАНС	83
ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ	85
ОТЧЕТ О ДВИЖЕНИИ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ	86
КОЭФФИЦИЕНТЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	86
СТРУКТУРА СЕБЕСТОИМОСТИ	87
<b>ПАСПОРТ «ГЛОБУС ГУРМЭ»</b>	<b>89</b>
ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ	89
РЕГИСТРАЦИОННЫЕ ДАННЫЕ	89
ЧИСЛЕННОСТЬ СОТРУДНИКОВ	89
СТРУКТУРА КОМПАНИИ	89
ИСТОРИЯ СОЗДАНИЯ	90
ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ	91
ХРОНОЛОГИЯ ОТКРЫТИЯ МАГАЗИНОВ	91
ТЕРРИТОРИАЛЬНОЕ МЕСТОПОЛОЖЕНИЕ	93
ПЛОЩАДЬ МАГАЗИНОВ	95
ИНВЕСТИЦИИ В ОТКРЫТИЕ МАГАЗИНОВ СЕТИ	96
АССОРТИМЕНТ	97
РЕЖИМ РАБОТЫ	97
КОЛИЧЕСТВО КЛИЕНТОВ	97
ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА	98
ПРОГРАММА ЛОЯЛЬНОСТИ	98
ФОРМА ОБСЛУЖИВАНИЯ	98
ПРОИЗВОДСТВО	98
ПОСТАВЩИКИ	99
НОВЫЕ ФОРМАТЫ	100
ВЫРУЧКА	101
СТРУКТУРА ПРОДАЖ	102
Планы развития	102
БУХГАЛТЕРСКИЙ БАЛАНС	103
ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ	105
ОТЧЕТ О ДВИЖЕНИИ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ	106
КОЭФФИЦИЕНТЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	107
<b>ПАСПОРТ «БАХЕТЛЕ»</b>	<b>108</b>
ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ	108
РЕГИСТРАЦИОННЫЕ ДАННЫЕ	108
ЧИСЛЕННОСТЬ СОТРУДНИКОВ	108
СТРУКТУРА КОМПАНИИ	109
ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ	109

ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ ПОРТРЕТ КЛИЕНТОВ	109
ИСТОРИЯ СОЗДАНИЯ	110
ДИНАМИКА ОТКРЫТИЯ МАГАЗИНОВ	112
ТЕРРИТОРИАЛЬНОЕ МЕСТОПОЛОЖЕНИЕ	113
РЕЖИМ РАБОТЫ	116
АССОРТИМЕНТ	116
ГОТОВЫЕ БЛЮДА	118
ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОМПАНИИ	119
ПЛОЩАДЬ МАГАЗИНОВ	121
ИНВЕСТИЦИИ В ОТКРЫТИЕ МАГАЗИНОВ СЕТИ	123
ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА	123
КОЛИЧЕСТВО КЛИЕНТОВ И ЧАСТОТА СОВЕРШЕНИЯ ПОКУПКИ В СЕТИ	124
ПРОГРАММА ЛОЯЛЬНОСТИ	126
ПЕРСОНАЛ	126
ЛОГИСТИКА	127
ПОСТАВЩИКИ	127
ВЫРУЧКА НА ОДИН МАГАЗИН	128
ВЫРУЧКА СЕТИ	129
ПЛАНЫ РАЗВИТИЯ	130
ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ БИЗНЕС	131
БУХГАЛТЕРСКИЙ БАЛАНС ООО «БАХЕТЛЕ-1»	132
ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ ООО «БАХЕТЛЕ-1»	134
ОТЧЕТ О ДВИЖЕНИИ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ ООО «БАХЕТЛЕ-1»	135
КОЭФФИЦИЕНТЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «БАХЕТЛЕ-1»	136
<b>ПАСПОРТ «ЗЕЛЕНЬ ПЕРЕКРЕСТОК»</b>	<b>138</b>
История создания	138
Позиционирование	138
Хронология открытия	140
Площадь магазинов	140
Географическое расположение	141
Ценовая политика	142
Дисконтная система	143
Сервис	143
Планы	143
<b>ПАСПОРТ «АЛЫЕ ПАРУСА»</b>	<b>144</b>
История создания	144
Хронология открытия	144
Динамика открытия магазинов	147

ГЕОГРАФИЧЕСКОЕ РАСПОЛОЖЕНИЕ	148
Площадь МАГАЗИНОВ	148
ИНФРАСТРУКТУРА МАГАЗИНОВ	150
ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА И ДИСКОНТНАЯ ПРОГРАММА	153
АВТОМАТИЗАЦИЯ	153
СОБСТВЕННОЕ ПРОИЗВОДСТВО	153
СЕРВИС	154
ПЕРСОНАЛ	155
ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ТОРГОВОЙ СЕТИ «АЛЫЕ ПАРУСА»	155
Планы	156
<b>ПАСПОРТ «СЕДЬМОЙ КОНТИНЕНТ - ПЯТЬ ЗВЕЗД»</b>	<b>157</b>
История создания	157
ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ	157
ХРОНОЛОГИЯ ОТКРЫТИЯ	159
Площадь МАГАЗИНОВ	161
ТЕРРИТОРИАЛЬНОЕ РАСПОЛОЖЕНИЕ	162
СРЕДНИЙ ЧЕК И ДИСКОНТНАЯ СИСТЕМА	162
Служба доставки	163
ПЕРСОНАЛ	164
<b>ПРИЛОЖЕНИЯ</b>	<b>166</b>
<b>РОЗНИЧНЫЙ ОБОРОТ И УРОВЕНЬ БЛАГОСОСТОЯНИЯ В РЕГИОНАХ</b>	<b>167</b>
<b>ИНТЕРЬЕР МАГАЗИНОВ «ГЛОБУС ГУРМЭ»</b>	<b>171</b>
ТЦ «Гименей», Москва	171
Покровка, Москва	172
ЛЕНИНГРАДСКОЕ ШОССЕ, Москва	173
ТЦ «ВРЕМЕНА ГОДА», Москва	174
ЦУМ, Москва	177
Жуковка Гурмэ Гастроном, МО	178
Жуковка Гурмэ Базар, МО	179
<b>ИНТЕРЬЕР МАГАЗИНОВ «БАХЕТЛЕ»</b>	<b>182</b>
Алтуфьевское шоссе, Москва	182
Можайское шоссе, Москва	184
Оренбургский тракт, Казань	187
<b>ИНТЕРЬЕР МАГАЗИНОВ «ЗЕЛЕНЬ ПЕРЕКРЕСТОК»</b>	<b>190</b>
<b>ИНТЕРЬЕР МАГАЗИНОВ «АЛЫЕ ПАРУСА»</b>	<b>192</b>

## СПИСОК ГРАФИКОВ

- График 1. Динамика оборота розничной торговли РФ, 2000-2009 гг.  
 График 2. Сопоставление помесечной динамики оборота розничной торговли РФ, 2008-2010 гг.  
 График 3. Структура оборота розничной торговли РФ по товарам в стоимостном выражении, 2007-2008 гг.  
 График 4. Динамика оборота розничной торговли непродовольственными товарами РФ, 2000-2009 гг.  
 График 5. Динамика оборота розничной торговли продовольственными товарами РФ, 2000-2009 гг.  
 График 6. Изменение продаж продуктов питания в % к показателю предыдущего года, 2006-2008 гг.  
 График 7. Среднедушевой розничный оборот по ФО (2008 г.), среднегодовой прирост розничного оборота по ФО (2004-2008 гг.)  
 График 8. Обеспеченность торговыми площадями по ФО (кв.м. на 1000 чел.), 2008 г.  
 График 9. Розничный оборот на душу населения по странам, 2007 г.  
 График 10. Месячная динамика реального оборота розничной торговли по странам, 2008-2009 гг.  
 График 11. Темп роста розничной торговли (в реальном выражении) по странам, 2005-2008 гг.  
 График 12. Прогноз оборота розничной торговли продовольственными и непродовольственными товарами РФ на 2012 г.  
 График 13. Динамика объема рынка премиальных супермаркетов Москвы, 2006-2009 (П) гг.  
 График 14. Динамика объема рынка премиальных супермаркетов Москвы, 2006-2009 (Ф) гг.  
 График 15. Динамика объема рынка премиальных супермаркетов в количественном выражении в разрезе основных сетевых проектов (г. Москва), 2006-2009 гг.  
 График 16. Динамика количества премиальных супермаркетов по каждой сети (г. Москва), 2006-2009 гг.  
 График 17. Динамика средневзвешенной выручки на 1 премиальный супермаркет Москвы (тыс. руб. в месяц), 2006-2009 гг.  
 График 18. Динамика выручки участников столичного рынка, 2006-2009 гг.  
 График 19. Распределение премиальных супермаркетов по торговой площади (max и min значение) и количеству магазинов в сети, май 2010 г.  
 График 20. Распределение премиальных супермаркетов по широте ассортимента (max и min значение) и значению «SKU/кв.м.», май 2010 г.  
 График 21. Распределение премиальных супермаркетов по среднему чеку и уровню присутствия в Москве, 2010 г.  
 График 22. Сравнение доли операционных затрат в выручке в премиальных супермаркетах и магазинах среднего ценового сегмента, 2007 г.  
 График 23. Сравнение валовой рентабельности премиальных супермаркетов с рентабельностью крупных операторов среднего сегмента, 2007 г.  
 График 24. Динамика изменения количества магазинов "Азбука вкуса", общей и торговой площадей, 2005-2010 гг.  
 График 25. Динамика среднего чека в "Азбука вкуса", 2005 - ап. 2010 гг.  
 График 26. Средний чек в каждом супермаркете "Азбука вкуса", 2008 г.  
 График 27. Среднемесячная выручка магазинов сети "Азбука вкуса" (млн. руб.), май 2008.  
 График 28. Выручка на кв.м. в супермаркетах "Азбука вкуса" (тыс. руб./кв.м), май 2008 г.  
 График 29. Сезонность продаж в супермаркетах сети "Азбука вкуса".  
 График 30. План регионального развития сети "Азбука вкуса", 2008-2011 гг.  
 График 31. Динамика выручки "Глобус Гурмэ" (план-факт), 2007-2009 гг.  
 График 32. Динамика выручки "Глобус Гурмэ" (план-факт), 2007-2009 гг.  
 График 33. Средний чек в супермаркетах "Бахетле" в Казани и Москве (руб.), 2006-2008 гг.  
 График 34. Динамика среднего чека в столичных магазинах "Бахетле", 2006-2008 гг.  
 График 35. Динамика количества клиентов в московских супермаркетах "Бахетле", 2006-2008 гг.  
 График 36. Помесечная среднедневная выручка в магазинах "Бахетле" в Москве, 2007-2008 гг.  
 График 37. Динамика выручки розничного сектора "Бахетле", 2004-2008 гг.

## СПИСОК ДИАГРАММ

- Диаграмма 1. Структура оборота розничной торговли непродовольственными товарами, 2008 г.  
 Диаграмма 2. Структура оборота розничной торговли продовольственными товарами, 2008 г.  
 Диаграмма 3. Структура продажи алкогольных напитков и пива населению в натуральном выражении, 2000-2008 гг.

- Диаграмма 4. Структура продаж основных продуктов питания населению в стоимостном выражении, млрд. руб., 2008 г.  
 Диаграмма 5. Структура оборота розничной торговли Центрального ФО РФ в стоимостном выражении, 2006-2008 г.  
 Диаграмма 6. Структура российского розничного рынка по форматам магазинов, 2008 г.  
 Диаграмма 7. Структура розничного рынка по форматам магазинов в ЦФО, 2008 г.  
 Диаграмма 8. Структура российского food-рынка в разрезе цивилизованного сегмента и премиального сегмента, 2009 г.  
 Диаграмма 9. Структура рынка премиальных супермаркетов в количественном выражении (г. Москва), 2010 г.  
 Диаграмма 10. Географическое распределение премиальных супермаркетов по Москве, май 2010 г.  
 Диаграмма 11. Уровень концентрации премиальных супермаркетов различных брендов внутри Третьего Транспортного кольца (г. Москва), май 2010 г.  
 Диаграмма 12. Уровень концентрации премиальных супермаркетов различных брендов внутри Садового кольца (г. Москва), май 2010 г.  
 Диаграмма 13. Уровень концентрации премиальных супермаркетов различных брендов внутри Третьего Транспортного кольца – МКАД (г. Москва), май 2010 г.  
 Диаграмма 14. Структура рынка премиальных супермаркетов г. Москвы в количественном выражении (по количеству супермаркетов сетей), 2006-2009 гг.  
 Диаграмма 15. Динамика долей участников рынка в стоимостном выражении, 2006-2009 гг.  
 Диаграмма 16. Распределение целевой аудитории "Азбуки вкуса" по возрасту, 2009 г.  
 Диаграмма 17. Распределение целевой аудитории "Азбуки вкуса" по уровню среднемесячного дохода на чел., 2009 г.  
 Диаграмма 18. Распределение магазинов «Азбука вкуса» по административным округам, 2010 г.  
 Диаграмма 19. Структура затрат "Азбуки вкуса" на открытие типичного супермаркета  
 Диаграмма 20. Структура супермаркетов "Азбука вкуса" по величине торговой площади, май 2010 г.  
 Диаграмма 21. Структура операционных затрат супермаркетов "Азбука вкуса"  
 Диаграмма 22. Возрастное распределение клиентов "Бахетле"  
 Диаграмма 23. Распределение клиентов супермаркета "Бахетле" в Казани по району проживания  
 Диаграмма 24. Структура ассортимента супермаркетов "Бахетле"  
 Диаграмма 25. Структура розничной выручки супермаркетов "Бахетле"  
 Диаграмма 26. Структура продаж продовольственных товаров в "Бахетле"  
 Диаграмма 27. Частота покупки в супермаркетах "Бахетле" в Казани  
 Диаграмма 28. Доля покупок "Бахетле" в суммарных покупках клиентов сети

## СПИСОК РИСУНКОВ

- Рисунок 1. Географическая карта рынка розничной торговли РФ, 2008 г.  
 Рисунок 2. Хронология открытия сетевых премиальных супермаркетов в России  
 Рисунок 3. Географическая концентрация премиальных супермаркетов в Москве, май 2010 г.  
 Рисунок 4. Территориальное расположение супермаркетов "Азбука вкуса", 2010 г.  
 Рисунок 5. Зависимость объема инвестиций в открытие супермаркета "Азбука вкуса" от его площади.  
 Рисунок 6. Схематичное изображение хронологии открытия-закрытия магазинов "Глобус Гурмэ"  
 Рисунок 7. Территориальное расположение супермаркетов "Глобус Гурмэ" в Москве, май 2010 г.  
 Рисунок 8. Территориальное расположение супермаркетов "Глобус Гурмэ" в Санкт-Петербурге, 2010 г.  
 Рисунок 9. Территориальное расположение супермаркетов "Глобус Гурмэ" в Уфе, 2010 г.  
 Рисунок 10. Хронология открытия магазинов "Бахетле"  
 Рисунок 11. Территориальное расположение супермаркетов "Бахетле" в Казани, май 2010 г.  
 Рисунок 12. Территориальное расположение супермаркетов "Бахетле" в Набережных Челнах, май 2010 г.  
 Рисунок 13. Территориальное расположение супермаркетов "Бахетле" в Москве, май 2010 г.  
 Рисунок 14. Отличительные особенности формата "Зеленый Перекресток" от прочих форматов сети  
 Рисунок 15. Ориентация на товары fresh в разных категориях супермаркетов "Перекресток"  
 Рисунок 16. Географическое расположение супермаркетов "Зеленый Перекресток" в Москве, май 2010 г.  
 Рисунок 17. Географическое расположение супермаркетов "Зеленый Перекресток" в Ростове-на-Дону  
 Рисунок 18. Динамика открытия магазинов "Алые паруса"  
 Рисунок 19. Географическое расположение супермаркетов "Алые паруса" в Москве, май 2010 г.

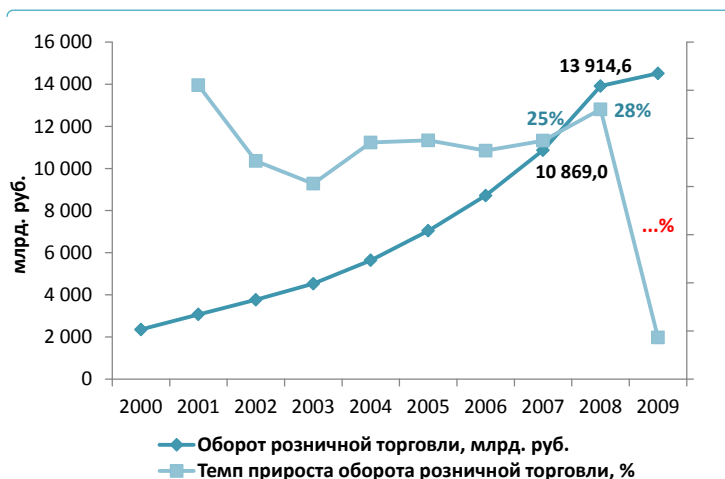
Рисунок 20. Географическая карта расположения супермаркетов "Седьмой Континент - Пять звезд", июнь 2010 г.

## СПИСОК ТАБЛИЦ

- Таблица 1. Помесячная динамика изменения оборота розничной торговли в России к уровню предыдущего года, 2009-2010 гг.
- Таблица 2. Показатели рынка алкогольной продукции РФ, 2000-2008 гг.
- Таблица 3. Показатели рынка алкогольной продукции РФ, 2000-2008 гг.
- Таблица 4. Сравнительная характеристика социально-экономического положения федеральных округов России, 2008 г.
- Таблица 5. Характеристика формата «супермаркет»
- Таблица 6. Сравнительная характеристика форматов торговли по основным параметрам классификации
- Таблица 7. Расчет объема рынка премиального FOOD сегмента в Москве (П), 2007-2009 гг.
- Таблица 8. Сравнительная характеристика сетей, работающих в формате «премиальный супермаркет», май 2010 г.
- Таблица 9. Расчет доли основных участников московского рынка премиальных супермаркетов (Седьмой Континент, Азбука Вкуса, Глобус Гурмэ, Калинка Стокманн), 2006 г.
- Таблица 10. Стоимостная структура московского рынка с учетом долей всех участников рынка, 2006 г.
- Таблица 11. Расчет доли основных участников московского рынка премиальных супермаркетов (Седьмой Континент, Азбука Вкуса, Глобус Гурмэ, Калинка Стокманн), 2007 г.
- Таблица 12. Стоимостная структура московского рынка с учетом долей всех участников рынка, 2007 г.
- Таблица 13. Стоимостная структура московского рынка с учетом долей всех участников рынка, 2008 г.
- Таблица 14. Стоимостная структура московского рынка с учетом долей всех участников рынка, 2009 г.
- Таблица 15. Рейтинг лучших городов России для развития в них бизнеса, 2010 г.
- Таблица 16. Информация по каждому магазину сети «Азбука вкуса»: дата открытия, права на помещение, особенность расположения, общая и торговая площади, средний чек, май 2010 г.
- Таблица 17. Объекты производственного характера, расположенные в магазинах сети "Азбука вкуса", оценка распространенности, 2010 г.
- Таблица 18. Инфраструктурные объекты сети "Азбука вкуса", оценка распространенности их использования, 2010 г.
- Таблица 19. Зависимость производственного и инфраструктурного наполнения супермаркетов "Азбука вкуса" от года открытия магазина, 1997-2009 гг.
- Таблица 20. Информация по каждому магазину сети «Азбука вкуса»: дата открытия, права на помещение, особенность расположения, общая и торговая площади, средний чек, май 2010 г.
- Таблица 21. Выручка "Азбуки вкуса", средний доход на 1 магазин, 2004 - 1 кв. 2009 гг.
- Таблица 22. Среднесписочная численность "Азбуки вкуса", ФОТ
- Таблица 23. Потенциальный рынок премиальных супермаркетов в регионах развития "Азбуки вкуса", 2008-2010 гг.
- Таблица 24. Хронология открытия магазинов "Глобус Гурмэ"
- Таблица 25. Торговая, общая площадь супермаркетов сети "Глобус Гурмэ"
- Таблица 26. Инвестиции в открытие магазинов "Глобус Гурмэ"
- Таблица 27. Объем производства готовой продукции и полуфабрикатов компании (тонн), 2008 г.
- Таблица 28. Торговая, общая площадь супермаркетов сети "Глобус Гурмэ"
- Таблица 29. Количество клиентов в день в супермаркетах "Бахетле" в Казани
- Таблица 30. Выручка на один магазин "Бахетле", 2002-2009 гг.
- Таблица 31. Хронология открытия магазинов "Зеленый Перекресток"
- Таблица 32. Средняя и общая площадь супермаркетов "Зеленый перекресток"
- Таблица 33. Хронология открытия магазинов "Алые Паруса"
- Таблица 34. Средняя и общая площадь супермаркетов "Алые Паруса"
- Таблица 35. Инфраструктура супермаркетов "Алые Паруса"
- Таблица 36. Сравнительная характеристика форматов магазинов "Седьмой Континент"
- Таблица 37. Хронология открытия магазинов "Седьмой Континент – Пять звезд"
- Таблица 38. Розничный оборот и уровень благосостояния субъектов РФ, 2008 г.

# РОССИЙСКИЙ РОЗНИЧНЫЙ РЫНОК

## Объем и динамика рынка



**График 1.** Динамика оборота розничной торговли РФ, 2000-2009 гг.  
Источник. Федеральная служба государственной статистики РФ

Розничная торговля является одним из наиболее быстро развивающихся секторов российской экономики.

За период с 2000 по 2008 гг. оборот розничной торговли РФ вырос в 6 раз в стоимостном выражении. Среднегодовой прирост рынка за исследуемый период достиг значения ...% (График 1, стр. 10). Примечательно, что темп роста отечественного рынка в 2,5 раза выше, чем в странах Западной Европы.

В сопоставимых ценах среднегодовая динамика роста рынка (в период с 2000 по 2008 гг.) составила ...%, что примерно вдвое выше среднегодового темпа роста реального ВВП (...%).

Наиболее активное развитие рынка розничной торговли наблюдалось в 2008 году. По итогам года объем рынка достиг 13 914,6 млрд. руб. Прирост оборота к предыдущему году составил 28% (...% в сопоставимых ценах), тогда как в 2007 году – 24,8% (...% в сопоставимых ценах).

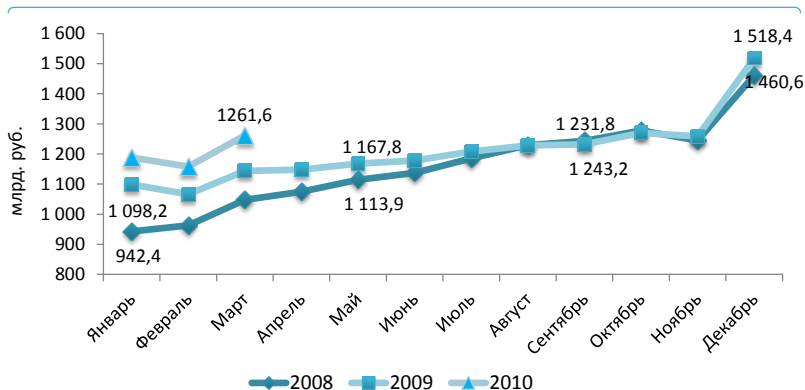
В 2009 году рынок существенно замедлил свое развитие. Согласно данным Росстата, по итогам прошедшего года оборот розничной торговли России составил 14 516,9 млрд. руб., что эквивалентно только ...% увеличению рынка к уровню предыдущего периода.

Самое существенное снижение динамики оборота сектора было зафиксировано в августе и сентябре прошлого года (Таблица 1, стр. 10). Впервые за рассматриваемый период рынок показал отрицательную динамику: показатель снизился на 9,6% и 9,7% соответственно по сравнению с аналогичным периодом 2008 года. Основной составляющей падения рынка стал сегмент розничной торговли непродовольственными товарами: вследствие сократившейся покупательской способности потребители были вынуждены снизить расходы на товары не первой необходимости.

**Таблица 1.** Помесячная динамика изменения оборота розничной торговли в России к уровню предыдущего года, 2009-2010 гг.

Показатели	I 2009	II 2009	III 2009	IV 2009	V 2009	VI 2009	VII 2009	VIII 2009	IX 2009	X 2009	XI 2009	XII 2009	I 2010
Оборот, млрд. руб.	1 098,2	1 065,8	1 143,6	1 148,3	1 167,8	1 178,1	1 208,2	1 228,4	1 231,8	-	-	-	-
Темп роста к ур. пред. года, %	+4,5	-1,4	-3	-4,5	-5,6	-6,5	-8,2	-9,6	-9,7	-	-	-	+0,3

Источник: Федеральная служба государственной статистики РФ



**График 2.** Сопоставление помесечной динамики оборота розничной торговли РФ, 2008-2010 гг.

Источник. Федеральная служба государственной статистики РФ

Улучшение состояния рынка розничной торговли РФ наблюдается с октября 2009 года (График 2, стр. 11). Оборот рынка постепенно увеличивается, что позволяет сократить разрыв с показателями прошлого года.

Так, к январю 2010 объем розничной торговли РФ продемонстрировал долгожданный рост - 0,3% к уровню предыдущего года.

По мнению отраслевых экспертов, рынок розничной торговли уже прошел острую фазу кризиса<sup>1</sup>. Однако выйти на прежние показатели отрасли мешает недостаток платежеспособного спроса и общая неопределенность экономической ситуации в стране.

...

## Географическая структура рынка

Степень развития розничной торговли на региональных рынках различается в зависимости от социально-экономического портрета конкретного региона (Таблица 2, стр. 11). На Рисунке 1 (стр. 20) представлена географическая карта российского рынка розничной торговли.

По итогам 2008 года более половины оборота розничной торговли РФ в стоимостном выражении формируют Центральный и Приволжский федеральные округа: 33% и 18% соответственно.

**Таблица 2.** Сравнительная характеристика социально-экономического положения федеральных округов России

Наименование ФО	Численность населения, млн. чел.	Структура населения, %	Денежные доходы, руб. / мес. / чел.	Розничный оборот, млрд. руб.	Структура розничного оборота, %	Розничный оборот, руб. / год/ чел.	Среднегодовой прирост розничного оборота
Центральный ФО		26%			33%		
Приволжский ФО		21%			18%		
Сибирский ФО		14%			12%		
Южный ФО		16%			13%		
Уральский ФО		9%			11%		
Северо-Западный ФО		9%			9%		
Дальневосточный ФО		5%			4%		
г. Москва		7%			17%		
<b>РФ</b>		<b>100%</b>			<b>100%</b>		

Источник: ...

...

<sup>1</sup> Руководители торгового бизнеса и эксперты Центра конъюнктурных исследований Института статистических исследований и экономики знаний ВШЭ

# ФОРМАТ ПРЕМИАЛЬНЫЙ СУПЕРМАРКЕТ

...

## Количественная сегментация участников рынка



**Диаграмма 1.** Структура рынка премиальных супермаркетов в количественном выражении (г. Москва), 2010 г.

Источник: Inventica

На сегодняшний день<sup>2</sup> количество премиальных супермаркетов в Москве и регионе составляет ... заведений (без учета единичных проектов), что примерно на 60% превосходит уровень 2006 года.

В количественном выражении основу столичного премиального рынка формируют «Седьмой Континент – 5 звезд», «Азбука вкуса», «Алые паруса» (суммарно 78,5% рынка или ... супермаркета).

Наименьшим количеством магазинов характеризуются «Глобус Гурмэ», «Калинка Стокманн», «Зеленый Перекресток» и «Бахетле».

На региональном уровне премиальный сетевой сегмент базируется в Татарстане (12 супермаркетов), в Санкт-Петербурге (5 супермаркетов) и частично в Уфе и Ростове-на-Дону (по 1 супермаркету). Прочие премиальные объекты торговли представлены единичными магазинами, имеющими бутиковую направленность.

## Географическая сегментация участников рынка

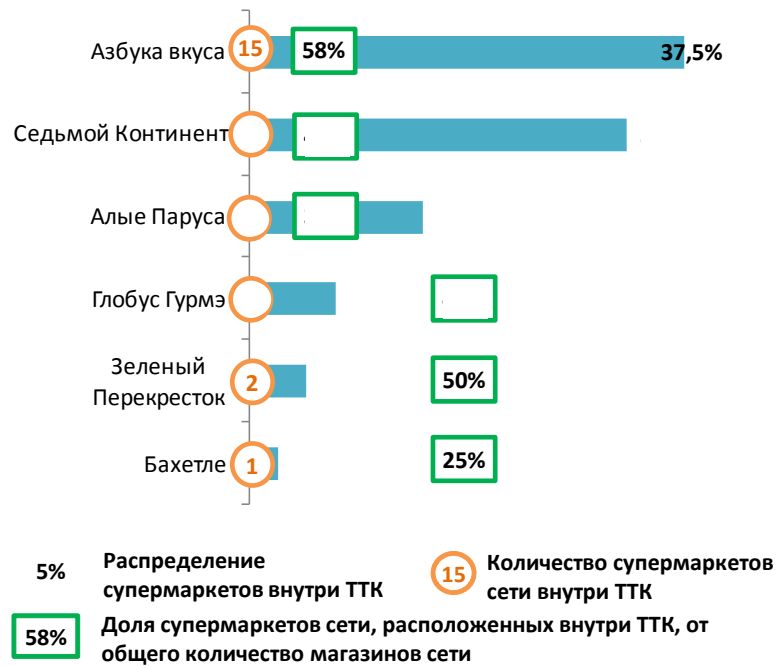
...

### Внутри Третьего транспортного кольца

70% супермаркетов внутри ТТК работают под брендами «Азбука вкуса» (...%) и «Седьмой Континент – 5 звезд» (...%). На долю «Алых Парусов» приходится ...% премиальных магазинов, расположенных в пределах ТТК (Диаграмма 2, стр. 13).

В целом сетевые проекты размещают внутри Третьего Транспортного кольца более 40% точек. Наибольшую представленность в данном районе демонстрирует «Азбука вкуса» (58% всех точек).

<sup>2</sup> Дата актуализации – май 2010 г.



**Диаграмма 2.** Уровень концентрации премиальных супермаркетов различных брендов внутри Третьего Транспортного кольца (г. Москва), май 2010 г.

Источник: Inventica

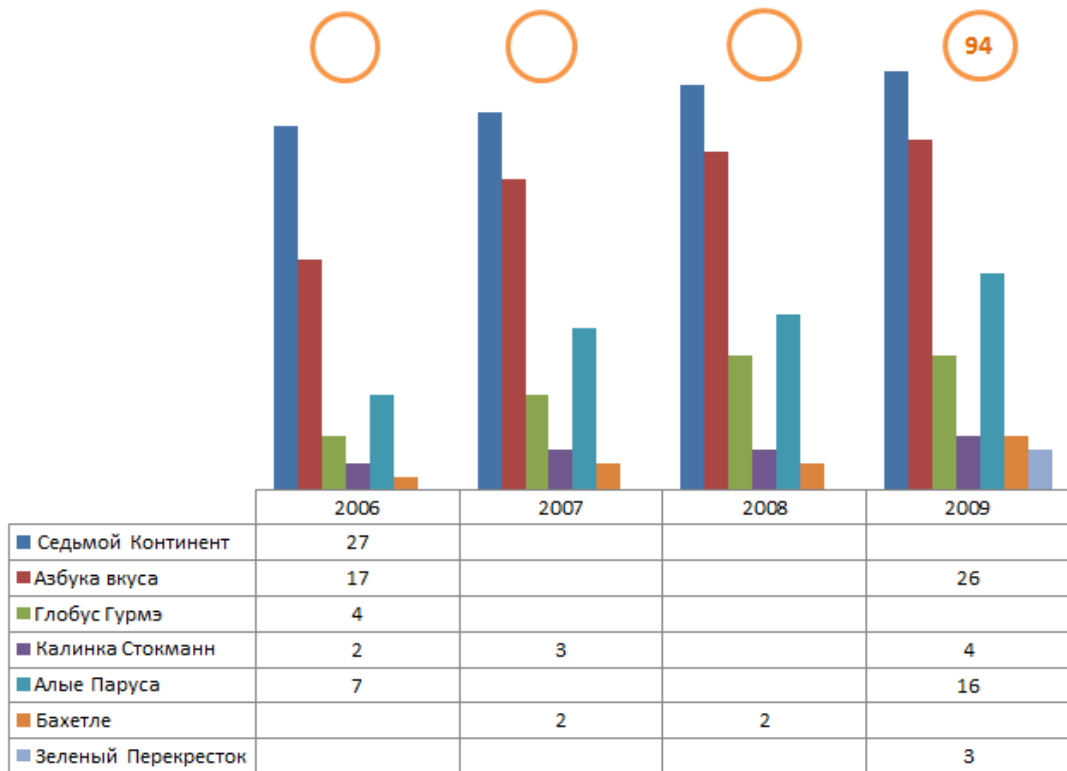
...

## Структурные сдвиги в количественной сегментации рынка

В период с 2006 г. по 2009 г. прирост количества объектов сетевых премиальных супермаркетов составил ...% (График 3, стр. 14). Максимальное увеличение наблюдалось в 2007 году – 29,3%, далее темп развития рынка в количественном выражении стал постепенно замедляться.

Максимальный суммарный прирост точек продаж за исследуемый период продемонстрировали сети «Алые Паруса» и «Азбука вкуса» - ... и 9 супермаркетов соответственно. Данный прирост соответствует общему увеличению сетей на ...% и 52,9% соответственно.

...

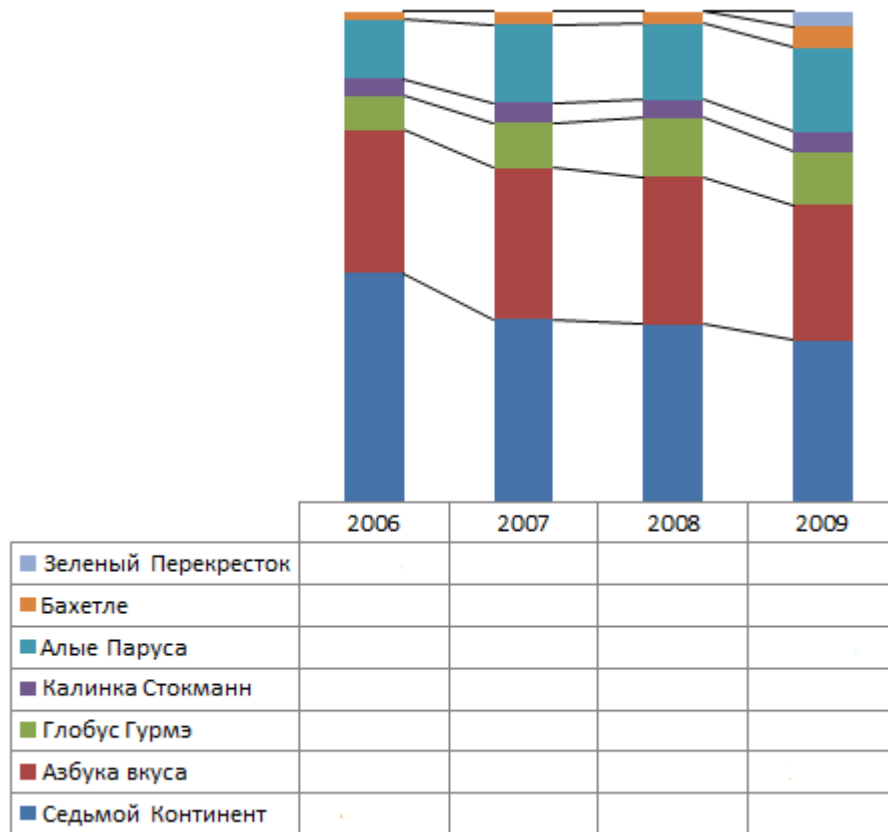


**58** Общее количество сетевых премиальных супермаркетов

**График 3.** Динамика объема рынка премиальных супермаркетов в количественном выражении в разрезе основных сетевых проектов (г. Москва), 2006-2009 гг.

Источник: Inventica

Наименьший прирост с учетом начальной позиции был характерен «Седьмому континенту» - ... новых супермаркета в период с 2006 г. по 2009 г. Вследствие этого, участник рынка продемонстрировал постепенное снижение занимаемой доли рынка – с ...% в 2006 году до 33% в 2009 году (Диаграмма 3, стр. 15). Данный процесс обусловлен тем, что в 2003 году сеть «Седьмой Континент» провела форматирование розничных магазинов, разделив их на три группы: супермаркеты «Седьмой континент – универсам», магазины формата «рядом с домом» «Семь шагов» и элитные супермаркеты «Седьмой континент – пять звезд». Участник рынка автоматически стал лидером по числу премиальных супермаркетов. Все прочие же сети преимущественно осуществляли развитие «с нуля». Таким образом, на фоне активного развития прочих участников рынка и низкого темпа прироста собственной сети доля «Седьмой Континент – 5 звезд» понизилась.



**Диаграмма 3.** Структура рынка премиальных супермаркетов г. Москвы в количественном выражении (по количеству супермаркетов сетей), 2006-2009 гг.

Источник: Inventica

В течение 2010 года (актуальность – май 2010 г.) рынку было свойственна следующая количественная динамика:

- закрытие ...х магазинов «Глобус Гурмэ»,
- закрытие одного магазина «...»,
- открытие магазина «Алые Паруса»,
- открытие магазина «Зелёный Перекресток»,
- открытие магазина «...»
- 

...

## Стоимостная сегментация участников рынка (доли участников)

**2006 год**

...

**Таблица 3.** Стоимостная структура московского рынка с учетом долей всех участников рынка, 2006 г.

Наименование	Доля рынка в стоимостном выражении, %	Выручка сети, млн. руб.	Кол-во магазинов, шт.	Кол-во магазинов с учетом полных месяцев работы в году, шт.	Выручка на магазин, тыс. руб. в месяц
Седьмой Континент					
Азбука вкуса	24,97%	4 123	17	12,3	
Глобус Гурмэ					
Калинка Стокманн					
Алые Паруса					
Бахетле					
<b>ИТОГО</b>	<b>100%</b>				-

Источник: компания Inventica

...

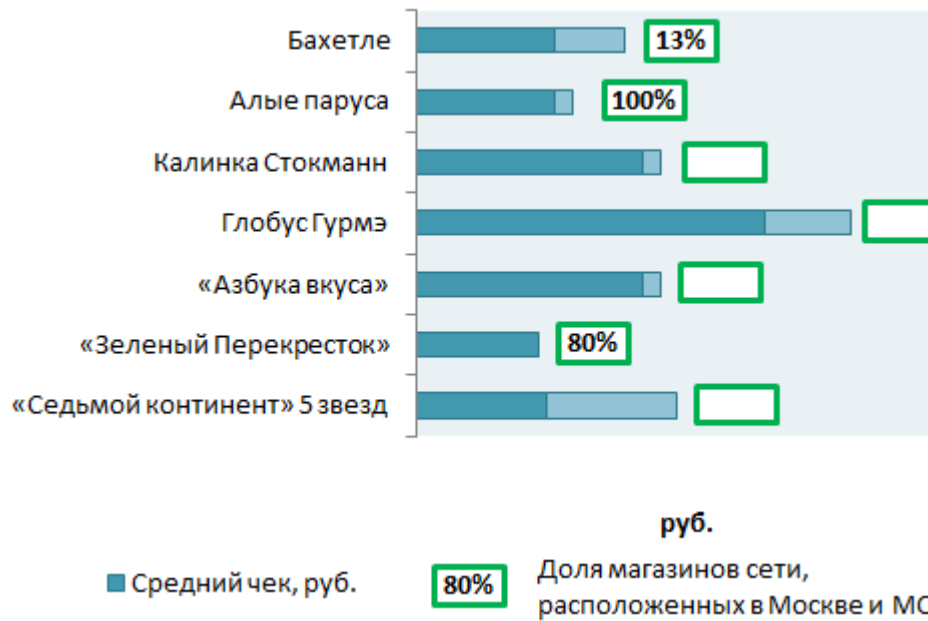
## Средний чек и наценка

Средний чек в сегменте составляет 1 230 руб. При исключении из выборки «Глобус Гурмэ», отличающегося самым высоким значением данного показателя, средний чек составит ... руб.

Концепция сети «Зеленый перекресток» предусматривает реализацию продуктов по ценам на ...% ниже, чем в магазинах конкурентов - «Азбуке Вкуса» и «Седьмом Континенте - 5 звезд». Средний чек в данной сети составляет ... руб.

Ориентация на премиум-сегмент обуславливает высокую торговую наценку – ...% и выше. Однако наценка на продукты, по которым премиальные супермаркеты пересекаются с продуктовыми сетями масс-маркета, например, молоко, конкурентоспособна, поскольку для среднестатистического покупателя это своего рода товар психологического спроса, на который он зачастую ориентируется при выборе магазина. Таким образом супермаркеты демонстрируют покупателю, что ему не приходится переплачивать за стандартный набор продуктов.

Эксклюзивные товары (экзотичные фрукты-овощи, мясные и рыбные деликатесы), которые импортируются из особых фермерских хозяйств, реализуются с маржой, превышающей 70%. Стоит подчеркнуть, что в России доходность с квадратного метра торговой площади значительно выше в сравнении с доходностью зарубежных премиальных проектов.



**График 4.** Распределение премиальных супермаркетов по среднему чеку и уровню присутствия в Москве, 2010 г.

...

## ПАСПОРТ «АЗБУКА ВКУСА»

### Общая информация

Наименование	"ГОРОДСКОЙ СУПЕРМАРКЕТ", ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ
Сокращенное наименование	ООО "ГОРОДСКОЙ СУПЕРМАРКЕТ"
Адрес	113054, Г МОСКВА, УЛ ВАЛОВАЯ, Д 8//18
Телефон	(495) 953-22-56
Адрес страницы в сети Интернет, используемой эмитентом для раскрытия информации	<a href="http://www.azbukavkusa.ru">http://www.azbukavkusa.ru</a>

### Регистрационные данные

ИНН	...
ОКПО	...
ОГРН	...
ОКОПФ	Общества с ограниченной ответственностью

Регистрационный номер	Дата регистрации	Описание
1027705012312	19.09.2002	ИНСПЕКЦИЯ ФЕДЕРАЛЬНОЙ НАЛОГОВОЙ СЛУЖБЫ N5 ПО Г. МОСКВЕ.
2077762459003	14.11.2007	МЕЖРАЙОННАЯ ИНСПЕКЦИЯ ФЕДЕРАЛЬНОЙ НАЛОГОВОЙ СЛУЖБЫ N46 ПО Г. МОСКВЕ.
2087761557233	12.09.2008	МЕЖРАЙОННАЯ ИНСПЕКЦИЯ ФЕДЕРАЛЬНОЙ НАЛОГОВОЙ СЛУЖБЫ N46 ПО Г. МОСКВЕ.

### Структура компании

Генеральный директор – Садовин Владимир Альбертович

Дочерние предприятия:

- "ГОРОДСКОЙ СУПЕРМАРКЕТ" В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ, ФИЛИАЛ ОБЩЕСТВА С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ
- Негосударственное образовательное учреждение дополнительного профессионального образования "Центр обучения "Азбука Вкуса"

Основные акционеры:

Наименование	Статус	Страна	Уставной капитал учредителя
"АЗБУКА ВКУСА", ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ	-	-	99%
КОМПАНИЯ "ДЕМАНОР ИНВЕСТМЕНТС ЛИМИТЕД" РЕСПУБЛИКА КИПР	-	Кипр	1%

...

## Площадь магазинов

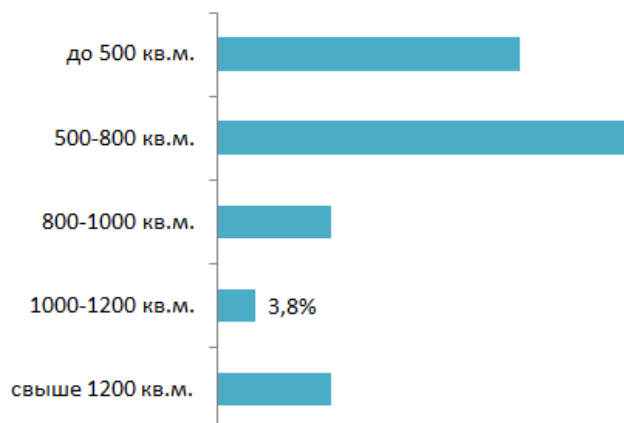
Общая площадь супермаркетов сети составляет порядка ... тыс. кв. м., торговая – ... кв.м.

Средняя общая площадь супермаркетов сети составляет на сегодняшний день около ... кв.м., торговая – 740 кв.м. Средний коэффициент соотношения торговой к общей площади сети составляет порядка ...%.

Более 70% супермаркетов сети представлено в торговой площади до 800 кв.м. Наименее распространенной является площадь 1 000 – 1 200 кв.м. В целом в формате больших супермаркетов (более 1 000 кв.м.) осуществляют работу ...% магазинов сети.

Супермаркеты, открытые в 2007 году, заметно отличаются по размеру торговых и общих площадей. Так, средняя общая площадь данных торговых точек составляет ... тыс. кв. м, а средняя торговая площадь – ... тыс. кв. м, что превышает средние значения по всем супермаркетам «Азбука Вкуса» на ...% и 54% соответственно.

Кризисные явления в экономике вновь вернули компанию к прежним форматам. Общая площадь супермаркетов, открытых в 2008 году, составила ... кв.м. и 1 500 кв.м. В 2009 году сетью был открыт магазин торговой площадью 650 кв.м.



**Диаграмма 4.** Структура супермаркетов "Азбука вкуса" по величине торговой площади, май 2010 г.

«Азбука Вкуса» арендует площади под супермаркеты преимущественно на долгосрочной основе: средний срок договоров аренды варьируется в пределах 5-10 лет.

**Таблица 4.** Информация по каждому магазину сети «Азбука вкуса»: дата открытия, права на помещение, особенность расположения, общая и торговая площади, средний чек, май 2010 г.

№ п/п	Адрес	Дата открытия	В соб-ти/аренде	ТЦ / Стрит ритейл	Общая площадь, кв.м.	Торговая площадь, кв.м.	Соотношение торговой площади к общей, %	Средний чек, руб.
1	ул. Валовая, д. 8/18	01.07.1997	В соб-ти	С	366	198	54,1%	708
2	Можайское ш., д. 32	01.12.1998	В соб-ти	С	1 317	680	51,6%	1 938
3	ул. Садовая-Триумфальная, д.	22.08.2001	Аренда	С	2 245	690	30,7%	1 263

№ п/п	Адрес	Дата открытия	В соб-ти/аренде	ТЦ / Стрит ритейл	Общая площадь, кв.м.	Торговая площадь, кв.м.	Соотношение торговой площади к общей, %	Средний чек, руб.
	22/31, стр. 1							
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								
11								
12								
13								
14								
15								
16								
17								
18								
19								
20								
21								
22								
23								
24								
25	Трубная пл., д. 2	24.04.2008	Аренда	ТЦ	1 433	900	62,8%	653
26								
27								

Источник: ...

## Инфраструктура магазинов

Готовая кулинария реализуется в 24 супермаркетах сети. В ... магазинах (...%) установлена собственная копильня и гриль, в 11 (...%) – осуществляется приготовление блюд в воке.

...

**Таблица 5.** Объекты производственного характера, расположенные в магазинах сети "Азбука вкуса", оценка распространенности, 2010 г.

Наименование услуги	Распространенность данной услуги в сети, %	Всего магазинов, шт.
Готовая кулинария		24
Коптильня и гриль		
Блюда на воке		11
Суси собственного производства		
Устричный & суси бар		
Сырная комната		
Гриль бар		
Комната с хамонами		

Источник: сайт компании

...