



# **СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА РИТЕЙЛА РФ ДЛЯ РАСШИРЕНИЯ ПРИСУТСТВИЯ КОМПАНИИ НА РЫНКЕ**

**ПРИМЕР ВЫПОЛНЕННОЙ РАБОТЫ**

## СОДЕРЖАНИЕ

### Глава 1.

#### ОБЗОР РЫНКА РИТЕЙЛА В РОССИИ

- 1.1. Структура, текущие показатели и динамика развития розничной торговли России отрасли
- 1.2. Продажи ключевых категорий
- 1.3. Региональная структура оборота розничной торговли
- 1.4. Сегментация игроков рынка розничной торговли
  - 1.4.1. Форматы торговых сетей – Гипермаркеты
  - 1.4.2. Форматы торговых сетей – Супермаркеты
  - 1.4.3. Форматы торговых сетей – Дискаунтеры
  - 1.4.4. Форматы торговых сетей – «магазин у дома».
  - 1.4.5. Интернет-магазины
  - 1.4.6. Специализированные торговые сети
  - 1.4.7. Алкомаркеты
  - 1.4.8. Мелкооптовая продажа
  - 1.4.9. Сети по продаже натуральных продуктов
  - 1.4.10. Модели управления и стратегии торговых сетей
  - 1.4.11. Распределительные центры и схемы логистических процессов

### Глава 2.

#### ОСНОВНЫЕ ИГРОКИ РЫНКА РОССИЙСКОГО РИТЕЙЛА

- 2.1. Рейтинг сетей FMCG по количеству магазинов
- 2.2. Рейтинг сетей FMCG по общей торговой площади
- 2.3. Рейтинг сетей FMCG по чистой выручке
- 2.4. Финансовые показатели крупнейших сетей
- 2.5. Рейтинг сетей FMCG по эффективности продаж
- 2.6. Рейтинг сетей FMCG по количеству и площади распределительных центров

### Глава 3.

#### ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РЫНОК РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В РОССИИ

- 3.1. Ведомства, отвечающие за розничную торговлю
- 3.2. Государственное регулирование и изменения законодательной базы в РФ
  - 3.2.1. Закон «О торговле»
  - 3.2.2. Кодекс добросовестных практик
  - 3.2.3. Стратегия развития торговли
  - 3.2.4. Регулирование нестационарной торговли (НТО)
  - 3.2.5. Регулирование интернет-торговли
  - 3.2.6. Регулирование контрольно-кассовых операций
  - 3.2.7. ЕГАИС
  - 3.2.8. Регулирование алкогольного рынка
  - 3.2.9. Регулирование табачного рынка
  - 3.2.10. Регулирование алкогольного и табачного рынка: акцизы
  - 3.2.11. Платный проезд большегрузных автомобилей по федеральным автомобильным дорогам РФ
  - 3.2.12. Национальная система адресной продовольственной помощи
  - 3.2.13. Торговый сбор в Москве и других городах
  - 3.2.14. Регулирование качества продовольственных товаров
  - 3.2.15. Прочие новации в регулировании розничной торговли
- 3.3. Деятельность АНО «Роскачество»
- 3.4. Деятельность АКОРТ
- 3.5. Поддержка экспорта российской продукции
- 3.6. Контрсанкции, ограничивающие поставки продуктов из ЕС, США и некоторых других стран
- 3.7. Взаимоотношения с Турцией

#### **Глава 4. ИЗМЕНЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ И АНАЛИЗ ПОВЕДЕНИЯ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

- 4.1. Сберегающая модель поведения
- 4.2. Влияние новых технологий
- 4.3. Реклама и промокампании
- 4.4. Ключевые тенденции

#### **Глава 5. КЛЮЧЕВЫЕ ТРЕНДЫ РЫНКА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В ПРОДУКТОВОМ СЕКТОРЕ FMCG В 2016-2017 ГОДУ**

- 5.1. Чувствительность потребителя к цене и промоактивность
- 5.2. Развитие СТМ торговых сетей
- 5.3. Программы лояльности торговых сетей
- 5.4. Ключевые тенденции

## **Глава 6.**

### **ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА РИТЕЙЛА В РОССИИ НА СРОК ДО 2020 ГОДА**

- 6.1. Прогнозные объемные показатели рынка розничной торговли РФ
- 6.2. STEERPLE-анализ

## **ЧАСТЬ II**

Оценка потенциала развития брендов XXXXX и разработка рекомендаций по продвижению XXXXX брендов через розничные торговые сети на российском рынке

## **Глава 7.**

### **XXXXX ПРОДУКЦИИ В РОССИЙСКИХ СЕТЯХ. ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ**

- 7.1. Структура и динамика экспорта XXXXX продукции по категориям
- 7.2. XXXXX производители-экспортеры, экспортирующие продукты питания в РФ

## **Глава 8.**

### **СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПРИОРИТЕТЫ И СЦЕНАРИИ ПРОДВИЖЕНИЯ XXXXX БРЕНДОВ НА РОССИЙСКИЙ РЫНОК**

- 8.1. Требования и критерии отбора XXXXX поставщиков российскими торговыми сетями
  - 8.1.1. Юридическая готовность к сотрудничеству
  - 8.1.2. Продукция и управление репутацией
  - 8.1.3. Маркетинговая готовность
  - 8.1.4. Готовность бизнес-процессов

- 8.2. Стратегии торговых сетей РФ при работе с СТМ. Новые возможности для XXXXX производителей
- 8.3. Перспективные товарные группы, имеющие высокий потенциал попадания в российские торговые сети
- 8.4. Торговые сети РФ с высоким потенциалом сотрудничества с XXXXX производителями
  - 8.4.1. Ключевые категории для производителей из РФ – крупнейшие федеральные торговые сети.
  - 8.4.2. Ключевые категории для производителей из РФ – «Альянс Региональных Ритейлеров»
  - 8.4.3. Ключевые категории для производителей из РФ – прочие федеральные и крупные локальные торговые сети, ведущую свою деятельность в регионах, прилегающих к РК
  - 8.4.4. Рекомендации по сценариям продвижения XXXXX брендов на российский рынок
- 8.5. Рекомендации по увеличению эффективности маркетинговых мероприятий для стимулирования продаж XXXXX продукции в российских торговых сетях
- 8.6. Оценка рисков и факторы влияния на перспективы продвижения XXXXX брендов на российский рынок
  - 8.6.1. Методика анализа рисков
  - 8.6.2. Факторы влияния (риска)
  - 8.6.3. Среднесрочные и долгосрочные перспективы

**ПРИЛОЖЕНИЕ 1.  
XXXXX БРЕНДЫ, ПРЕДСТАВЛЕННЫЕ В ТОРГОВЫХ СЕТЯХ РФ**

**ПРИЛОЖЕНИЕ 2.  
ПРОДАЖИ XXXXX ТОВАРОВ В РФ В РАЗРЕЗЕ КАТЕГОРИЙ**

**ПРИЛОЖЕНИЕ 3.  
ПРОДАЖИ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ В РФ В РАЗРЕЗЕ КАТЕГОРИЙ**

**ПРИЛОЖЕНИЕ 4.  
ОБЪЕМ ЭКСПОРТНЫХ ПРОДАЖ XXXXX ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ В РФ В РАЗРЕЗЕ SKU  
В РУБЛЯХ**