

ИНДЕКС ДИРЕКТОРА ПО РАЗВИТИЮ

Н1 2017 – Н2 2017
РЕГУЛЯРНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ

↑ [6.6]

УЗНАЙТЕ, КАК РИТЕЙЛЕРЫ
ОЦЕНИВАЮТ РЫНОК СЕГОДНЯ



М МАГАЗИН
МАГАЗИНОВ
эксперт по торговой недвижимости

КОНСУЛЬТАНТ ГОДА
RCSC
Awards
2016|2017

ИЗ ЧЕГО СКЛАДЫВАЕТСЯ ИНДЕКС?

Прошлое

Оценка результатов деятельности ритейлеров за прошедший период*:

- Динамика индекса в каждом торговом профиле
- Позитивные и негативные факторы влияния

Активность торговых сетей в открытии новых магазинов:

- Количество планировавшихся к открытию торговых точек
- Количество фактически открытых точек
- Количество закрытых точек

Будущее

Ожидания ритейлеров относительно изменений в будущем**:

Ожидаемые факторы влияния

ЧТО ОТРАЖАЕТ ИНДЕКС:

Индекс Директора по развитию отражает настроения в среде розничной торговли – то, как ритейлеры оценивают настоящее и смотрят в будущее.

КТО УЧАСТВУЕТ:

Представители более 100 крупнейших розничных сетей. Проводится в формате опроса.

*Под прошедшим периодом исследования понимается первая половина 2017 года (H1 2017).

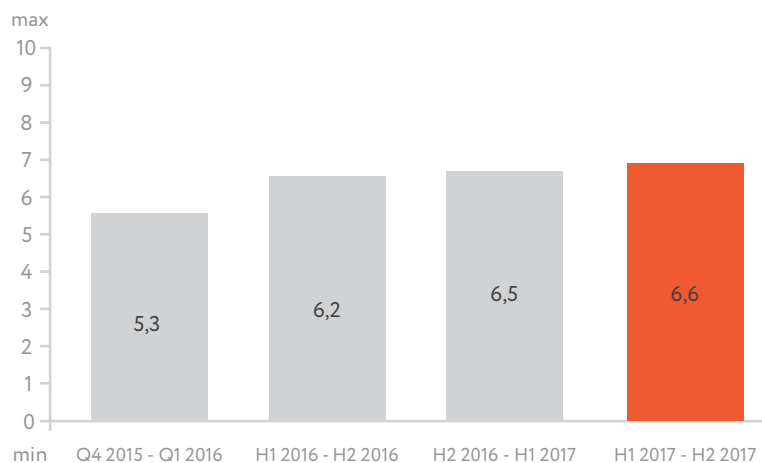
**Под будущим периодом исследования понимается вторая половина 2017 года (H2 2017).

РЕЗУЛЬТАТ: НАСТРОЕНИЯ РИТЕЙЛЕРОВ НЕЗНАЧИТЕЛЬНО УЛУЧШИЛИСЬ

▲ 6,6

ИНДЕКС ДИРЕКТОРА ПО РАЗВИТИЮ

Индекс Директора по развитию составил **6,6 баллов из 10 возможных**









Опрос представителей ритейла показал, что спрос и продажи продолжают снижаться, но уже не так стремительно, как это было в 2016 году. Некоторые ритейлеры полагают, что дно кризиса уже пройдено.

Несмотря на определенные позитивные изменения, первое полугодие 2017 не стало переломным для отрасли. Располагаемые доходы населения продолжают сокращаться. Сохраняется общее стремление населения к сберегательной модели потребления.

По итогам первого полугодия 2017 года можно сказать, что ритейлеры в основном закончили работу по оптимизации своих сетей и перешли к осторожному развитию с учетом сложившейся ситуации на рынке. Однако заметного устойчивого роста в ближайшем будущем ожидать не стоит.

РЕЗУЛЬТАТ: НАСТРОЕНИЕ РИТЕЙЛЕРОВ ПО ТОРГОВЫМ ПРОФИЛЯМ

Динамика изменения индекса за полгода по торговым профилям

Торговый профиль	Количество сетевых торговых точек, охваченных исследованием	Значение отраслевого Индекса, H2 2017	Значение отраслевого Индекса, H1 2017	Изменение настроений
 Спортивные товары	150	7,1	7,0	▲ + 0,1
 БТиЭ	2 480	7,7	7,8	▼ - 0,1
 Кино и развлечения	201	6,9	6,8	▲ + 0,1
 Товары для дома, хобби	316	6,6	6,6	=
 Товары для детей	1 149	6,8	6,8	=
 Обувь	853	7,3	7,0	▲ + 0,3
 Продукты питания	1 394	6,1	6,4	▼ - 0,3
 Аптека / оптика	602	6,2	6,1	▲ + 0,1
 Рестораны и кафе	1 574	6,6	5,9	▲ + 0,7
 Одежда	5 398	6,9	6,4	▲ + 0,5
 Парфюмерия и косметика	837	6,1	6,4	▼ - 0,3
 Услуги	7 179	6,5	6,0	▲ + 0,5
 Аксессуары	956	5,0	4,9	▲ + 0,1

По результатам опроса, 84% ритейлеров оценивают результаты своей деятельности в первом полугодии 2017 в рамках ожиданий, 15% - ниже ожиданий, и 1% - выше ожиданий. По сравнению с прошлым периодом исследования, доля тех, чьи ожидания не оправдались, увеличилась.

КАК РИТЕЙЛЕРЫ ОЦЕНИВАЮТ ПРОШЕДШИЙ ПЕРИОД?

Позитивные и негативные факторы влияния

Позитивные факторы



Связанные с экономической ситуацией:

- Стабилизация валютных курсов
- Переход от рецессии к постепенному росту экономики
- Снижение уровня потребления со стороны населения в более низких ценовых сегментах

Связанные с внутренними бизнес-процессами:

- Продолжающееся открытие новых магазинов и расширение штата в ходе активного развития ряда сетей
- Оптимизация ассортимента

Связанные с погодой:

- Дожди, которые привели к росту трафика в ТЦ и росту продаж как в ТЦ, так и в street-retail (например, значительно вырос спрос на такие группы товаров, как: резиновые сапоги, зонты, обогреватели, игровые приставки)

Негативные факторы



- Продолжающееся снижение покупательской способности населения
- Усиление конкуренции среди существующих игроков рынка
- Выход на рынок новых игроков (особенно это отражается в краткосрочном периоде в оттоке персонала и клиентов)
- Плохая погода, которая привела к снижению спроса на некоторые группы товаров (например, в сегментах общепита, одежды, спортивных товаров, кондиционеров)
- Снижение трафика в летние месяцы в связи с отпусками

КАК РИТЕЙЛЕРЫ ОЦЕНИВАЮТ ПРОШЕДШИЙ ПЕРИОД?

Динамика открытия торговых точек участников исследования

Торговый профиль	Количество открытых торговых точек	Количество торговых точек, планировавшихся к открытию	Количество закрытых торговых точек
 Спортивные товары	11	12	5
 БТиЭ	70	67	37
 Кино и развлечения	9	17	7
 Товары для дома, хобби	35	34	7
 Товары для детей	62	73	15
 Обувь	24	25	16
 Продукты питания	103	155	12
 Аптека / оптика	47	76	8
 Рестораны и кафе	85	92	11
 Одежда	165	162	59
 Парфюмерия и косметика	26	27	4
 Услуги	558	560	121
 Аксессуары	28	71	37



Всего сетями было открыто 1223 торговых точки (при этом планировалось открыть на 12% больше), закрыто 339 точек.

КАК РИТЕЙЛЕРЫ ОЦЕНИВАЮТ БУДУЩЕЕ?

Ожидаемые факторы влияния



Ситуация в экономике:

- Курсы валют
- Доходы населения и спрос

Внутренние процессы в компании:

- Оптимизация ассортимента
- Запуск новых рекламных кампаний
- Активное развитие сетей
- Способность предложить уникальный опыт от посещения своих торговых точек



- **60%** ритейлеров ожидают изменений в лучшую сторону
- **5%** ожидают изменений в худшую сторону
- **35%** считают, что ситуация не изменится

ИНДЕКС ДИРЕКТОРА: ЧТО ЕЩЕ?

Динамика выручки и ее компоненты по основным торговым профилям*

Торговый профиль	Динамика выручки, LFL, в рублях	Динамика продаж, LFL, в единицах продукции	Динамика цен, в рублях
 Спортивные товары	▲	▼	▲
 БТиЭ	▲	▲	▲
 Кино и развлечения	▲	▼	▲
 Товары для дома, хобби	▲	▼	▲
 Товары для детей	▲	▲	▲
 Обувь	▲	▲	▼
 Продукты питания	▲	▲	▲
 Аптека / оптика	▲	▼	▲
 Рестораны и кафе	▲	=	▲
 Одежда	▲	▲	▲
 Парфюмерия и косметика	▲	▲	▲
 Услуги	▲	▼	▲
 Аксессуары	▼	▼	=

*Конкретные значения по динамике показателей в других отраслях получают только участники исследования. Чтобы принять участие в исследовании отправьте заявку на vasyutkin@magazinmagazinov.ru



Рост продаж в рублях зафиксирован в 12 из 13 исследуемых торговых профилей. При этом в 5 сегментах («БТиЭ», «Товары для детей», «Продукты питания», «Одежда» и «Парфюмерия и косметика») происходил как рост цен, так и рост объемов продаж, выраженных в единицах продукции.

Наибольший **рост спроса в единицах продукции** наблюдался в сегментах одежды и продуктов питания (+15% и +5% соответственно, LFL). Самое значительное сокращение спроса наблюдалось на медицинские товары и аксессуары (-6% и -5% соответственно, LFL).

ДЛЯ НАС ОЧЕНЬ ВАЖНО СДЕЛАТЬ ЭТО ИССЛЕДОВАНИЕ ПОЛЕЗНЫМ ДЛЯ ВАС.

Поэтому мы будем рады услышать Ваше мнение о нем.
Ответы на 3 вопроса займут пару минут:

ОСТАВИТЬ МНЕНИЕ ОБ ИССЛЕДОВАНИИ



По всем вопросам и предложениям,
связанным с настоящим исследованием, обращайтесь:
Андрей Васюткин | +7 495 790 00 00
vasyutkin@magazinmagazinov.ru

info@magazinmagazinov.ru
www.magazinmagazinov.ru
119034, Москва, ул. Пречистенка, 40/2

РЕГУЛЯРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ:

Торговая недвижимость России. Итоги первого полугодия 2017.

Международные бренды 2016. Степень развития в России.