B2Blogger.com
маркетинг для бизнеса

http://b2blogger.com/pressroom/release/1878.pdf

IV квартал 2006 года – лидер по обороту розничной торговли за всю историю РФ

9 April , 2007 - ИА Инфолайн | Просмотров: 1622
Пищевая промышленность Государство и Общество

Оборот розничной торговли в России в 2006 году составил 8627,5 млрд. руб., показав рост на 13% по сравнению с 2005 годом. Аналитики ИА « INFOLine» в рамках отраслевых обзоров « Торговые сети FMCG » проанализировали макроэкономические показатели и оценили динамику планомерного повышения оборота розничной торговли на протяжении всего 2006 года. Так, в первом квартале 2006 года оборот величина оборота составила 1835,7 млрд. руб., что в товарной массе на 13,5% больше по отношению к предыдущему периоду. Во втором квартале рост уже составил 8,9% (2037 млрд. руб.), а в третьем квартале – 5% (2203 млрд. руб.). Анализируя динамику, можно отметить, что наиболее активный рост наблюдался в IV квартале 2006 года. В целом, оборот розничной торговли в IV квартале составил 2528,2 млрд. руб., что в товарной массе на 12,8% больше по отношению к III кварталу. В октябре оборот составил 786,5 млрд. руб, в ноябре – 792,2 млрд. руб., а в декабре – уже 949,5 млрд. руб. Проанализировав динамику роста оборота розничной торговли в рамках отраслевого обзора "Торговые сети FMCG", эксперты ИА "INFOLine" отметили некоторые факторы, которые повлияли на высокие темпы роста оборота розничной торговли в IV квартале 2006 года:

1. **Нормализация ситуации на алкогольном рынке и восстановление объемов производства и импорта после кризисов в январе-феврале и июле из-за введения в действие ЕГАИС** . *«Бесперебойные поставки алкоголя действительно могли способствовать росту оборота розницы», - отмечает Андрей Малафеев, PR-директор холдинга «Синергия» - одного из крупнейших производителей алкогольной продукции. «Но здесь необходимо заметить, что это связано не с тем фактом, что пить стали больше, а с тем, что покупатели начинают постепенно переориентироваться в сторону покупки более дорогого алкоголя. Это особенно заметно в сегменте крепкого алкоголя, где за счет падения продаж дешевой водки (до 70 рублей) растет сегмент дорогих водок (от 150 рублей за 0,5 л.)» – комментирует г-н Малафеев.*
2. **Рост потребительской активности ввиду увеличения реальных денежных доходов населения,** рост которых в 2006 году составил 10%, а рост реальной заработной платы – 13,5% (в 2005 году – 12,6%); Рост потребительской активности в конце года определялся предпраздничными днями, что связано с *«предоставлением большого количества скидок, специальных предложений, распродаж конечному потребителю. Растущая доля непродовольственных товаров связана, в том числе и с развитием кредитов (повышением текущей покупательской способности)», считает Анфиса Борисенко – PR-специалист компании «Талосто».*
3. **Снижение темпов инфляции и повышение уровня монетизации экономики,** позитивно влияющее на развитие реального сектора экономики **(**в течение 2000-2006 гг. ее значение увеличилось в два раза – с 15 до 30% **).** Сочетание этих факторов, по мнению экспертов ИА « INFOLine», создает предпосылки для сохранения высоких темпов роста оборота розничной торговли в среднесрочной перспективе.

Согласно прогнозу динамики оборота розничной торговли, который подготовило МЭРТ, оборот розничной торговли продолжит расти и в 2007 году составит более 10 000 млрд.руб, демонстрируя рост более чем на 18% по сравнению с 2006 годом. В 2008 году рост, по прогнозам, составит чуть более 16%. Хотя, по мнению экспертов ИА «INFOLine», долгосрочный прогноз динамики оборота розничной торговли, подготовленный МЭРТ, является чрезмерно консервативным и будет скорректирован в сторону повышения.

Справка: В конце января 2007 года ИА "INFOLine" подготовило отраслевой обзор "Торговые сети FMCG: IV квартал 2006 года", посвященный российскому розничному рынку. Материал содержит структурированную информацию о развитии торговых сетей, открытии новых магазинов, слияниях и поглощениях, корпоративных событиях, итогах деятельности и прогнозах, инвестиционных планах и взаимодействии с поставщиками более чем по 30 сетям формата FMCG.