



ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ И РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ

В МИНИ-ИССЛЕДОВАНИИ_ТРЕНДЫ 2017



ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ И РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ

Среди основных трендов 2017-18 года на рынке можно выделить следующие:

1. Изменение потребителя

- a. Продажи готовых к употреблению блюд растут быстрее рынка
- b. Рост требовательности клиентов к чистоте магазина, свежести продуктов, регулярности и необычности ценовых и неценовых акций
- c. Снижение платежеспособности потребителя на фоне роста обязательных платежей и износа товаров длительного пользования

ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ И РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ

2. Рост рыночной силы мультиформатных универсальных розничных сетей, вытеснение дистрибуторов из цепочек поставки

- **Экспансия в смежные отраслевые рынки** (финансы, недвижимость, логистику, здравоохранение и т.п.)
- **Наращивание технологичности** за счет бизнес-аналитики, интернет-решений, упаковки, локальных и сквозных бизнес-процессов и т.п.
- **Распространение категорийного менеджмента совместно с производителями**
- **Увеличение закупки от производителя**
- **Закупочные альянсы**
- **Собственное производство, PL**

3. Возникновение «omni-ритейла» - управленческих технологий, позволяющих планировать товародвижение в сетевых торговых точках и интернет-канале на основе единой платформы



ГК ИНСТИТУТ ТРЕНИНГА – АРБ ПРО

Заметки для руководителя



ГК ИНСТИТУТ ТРЕНИНГА – АРБ ПРО
Санкт-Петербург, arb-pro.ru



ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ И РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ

4. Рост влияния логистики на конкурентоспособность ритейлера и производителя

- a. развитие ритейлерами собственной логистики
- b. рост предложения 3 и 4PL (в РФ отставание 3PL из-за низкого числа логистов, способных обеспечить сетевых клиентов качественным предложением)
- c. распространение практики сквозных бизнес- процессов и совместного управления товарной категорией

5. Консолидация розничного рынка. Слияния и поглощения по всей цепочке, выход на новые территории. Диверсификация между бизнесами в продуктовом ритейле, фудсервисе, досуге, здоровье

➤ Успешными стратегиями универсальных розничных сетей являются

- Создание конгломерата, включающего мультиформатный ритейл и собственное производство с целью максимального контроля прибыли и занятия максимальной доли в потребительском бюджете
- Диверсификация в пределах продуктового ритейла, общ. питания, специализированной розницы и управления торговой недвижимостью с целью занять максимальную долю в потребительском бюджете
- Органические и фермерские продукты – перспективный сегмент shop-in-shop и специализированных форматов



➤ Успешными стратегиями производителей продуктов питания являются:

- Выстраивание вертикально-интегрированного бизнеса от выращивания сырья до розницы, поглощающей не менее 60% собственной продукции
- Синергичное развитие сетевого производства и специализированной логистики
- Развитие собственной универсальной розницы и управление коммерческой недвижимостью

БОЛЕЕ ПОДРОБНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА С ДИНАМИКОЙ, СТРАТЕГИЧЕСКИМИ ПРИОРИТЕТАМИ КОМПАНИЙ ВЫ МОЖЕТЕ ЗАКАЗАТЬ НАПИСАВ НАМ ПО АДРЕСУ ELENA.SYSUEVA@ARB-PRO.RU



ГК ИНСТИТУТ ТРЕНИНГА – АРБ ПРО
Санкт-Петербург, arb-pro.ru