

Российский рынок собственных торговых марок:

итоги 2023 г., прогноз до 2027 г.

г. Москва, 2024г.



Аналитический отчёт

Этот отчет был подготовлен NeoAnalytics исключительно в целях информации. Содержащаяся в настоящем отчете информация была получена из источников, которые, по мнению NeoAnalytics, являются надежными, однако NeoAnalytics не гарантирует точности и полноты информации для любых целей. Информация, представленная в этом отчете, не должна быть истолкована, прямо или косвенно, как информация, содержащая рекомендации по инвестициям. Все мнения и оценки, содержащиеся в настоящем материале, отражают мнение авторов на день публикации и подлежат изменению без предупреждения. NeoAnalytics не несет ответственность за какие-либо убытки или ущерб, возникшие в результате использования любой третьей стороной информации, содержащейся в настоящем отчете, включая опубликованные мнения или заключения, а также за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Информация, представленная в настоящем отчете, получена из открытых источников либо предоставлена упомянутыми в отчете компаниями. Дополнительная информация предоставляется по запросу. Этот документ или любая его часть не может распространяться без письменного разрешения NeoAnalytics либо тиражироваться любыми способами. Copyright © NeoAnalytics

Москва, 2024 г.

Полное оглавление

Полное оглавление	2
Список диаграмм	3
Список таблиц	5
Аннотация	6
Макроэкономические показатели РФ в 2023 г.	7
Розничная торговля	7
Объем, динамика объема	7
Интернет-торговля	10
Объем, динамика объема	10
Покупательская активность	13
Объем, динамика объема	13
Конъюнктура российского рынка	15
Общие тенденции	15
Определения и основные понятия	19
Факторы, способствующие росту и ограничивающие рост рынка	22
Показатели российского рынка	24
Объем, динамика объема рынка	24
Структура рынка	25
Товарная структура рынка	25
Региональная структура рынка	28
Анализ российского спроса	29
Структура спроса	29
Анализ участников рынка	30
Характеристика розничных сетей FMCG	30
Характеристика СТМ	36
Производство СТМ	40
Ценообразование	42
Продвижение товаров под СТМ	43

Тенденции и перспективы развития рынка
О компании NeoAnalytics

45
47

Список диаграмм

Рис. 1. Динамика общего оборота розничной торговли, 2015-2023гг., млрд. руб., %	7
Рис. 2. Структура оборота розничной торговли по федеральным округам РФ, 2023г., %	8
Рис. 3. Динамика оборота розничной торговли торговыми организациями, 2015-2023г., млрд. руб., %	8
Рис. 4. Динамика объема FMCG сетей, 2015-2023г., млрд. руб., %	9
Рис. 5. Динамика объема рынка интернет-торговли в РФ, 2016-2023 гг., млрд. руб., %	10
Рис. 6. Динамика доли трансграничной торговли в структуре рынка интернет-торговли в РФ, 2018-2023гг., %	11
Рис. 7. Структура объема рынка Интернет-торговли по видам товаров, 2023г., %	12
Рис. 8. Динамика среднедушевых денежных доходов населения, 2015-2023гг., %	13
Рис. 9. Рейтинг ФО по объему денежных доходов населения, 2023г., тыс. руб./чел./мес., %	14
Рис. 10. Динамика доли собственных торговых марок в общем объеме продаж FMCG-рынка, 2015-2023гг., %	15
Рис. 11. Динамика доли розничных сетей в общем объеме оборота розничной торговли в России, 2015-2023 гг., %	16
Рис. 12. Доля оборота розничных торговых сетей в общем объеме оборота розничной торговли по федеральным округам РФ, 2023г., %	17
Рис. 13. Динамика прироста российского рынка СТМ на фоне динамики розничной торговли и FMCG сетей, 2019-2023гг., %	18
Рис. 14. Динамика объема рынка СТМ розничных сетей в России, 2015-2023гг., млрд. руб., %	24
Рис. 15. Структура рынка СТМ в сегменте продовольственных товаров, 2023г., %	25
Рис. 16. Структура рынка СТМ в сегменте непродовольственных товаров, 2023г., %	26

%

Рис. 17. Структура рынка СТМ в сегменте электроники, 2023г., %	27
Рис. 18. Региональная структура рынка СТМ, 2023г., %	28
Рис. 19. Наиболее популярная категория продукции, 2023г., %	29
Рис. 20. Динамика структуры российского розничного рынка в разрезе форматов торговли, 2015-2023гг., %	31
Рис. 21. Структура рынка FMCG ритейла в разрезе выручки федеральных сетей, 2023г., млрд. руб.	31
Рис. 22. Изменение выручки ведущих сетей, 2023г., %	32
Рис. 23. Рейтинг федеральных сетей по количеству магазинов, 2023г., %	33
Рис. 24. Доля розничных сетей в общем объеме оборота розничной торговли в структуре регионов России, 2023г., %	35
Рис. 25. Доля СТМ в выручке федеральных розничных сетей FMCG в 2023 г., %	36
Рис. 26. Прогноз объема рынка СТМ розничных сетей в России, 2023 - 2027гг., млрд. руб., %	45

Список таблиц

Табл. 1. Типологизация собственных торговых марок	21
Табл. 2. Региональная структура рынка СТМ, 2023г., млрд. руб., %	29
Табл. 3. Характеристика федеральных розничных сетей, 2023г.	34
Табл. 4. Динамика доли FMCG в общем обороте розничной торговли по ФО РФ, 2019-2023гг., %	36
Табл. 5. Характеристика СТМ ведущих федеральных сетей FMCG, 2023г.	38

Аннотация

Настоящее исследование посвящено анализу российского рынка собственных торговых марок в ретроспективе. Основной целью исследования является предоставление объективной оценки конъюнктуры и перспектив дальнейшего развития данного рынка.

В отчете представлены проанализированные итоги развития рынка в 2023г., а также построены прогнозы до 2027 г.

Детальным образом проанализированы такие данные, как:

- Конъюнктура российского рынка с учетом динамики макроэкономических показателей;
- Объем, динамика объема российского рынка в ретроспективе;
- Структура рынка в разрезе основных сегментов;
- Конкурентная среда, анализ участников рынка;
- Тенденции и перспективы развития российского рынка

Данное исследование предназначено для ряда специалистов, в частности:

- маркетологи-аналитики, менеджеры по маркетингу, менеджеры по маркетинговым исследованиям;
- директора по маркетингу, директора по продажам компаний, коммерческие директора;
- частные инвесторы, планирующие приобрести акции предприятий, осуществляющих свою деятельность в сфере собственных торговых марок.

Исследование проведено в апреле-мае 2024 г.

Объем отчета – 48 стр.

Отчет содержит 5 таблиц и 26 графиков.

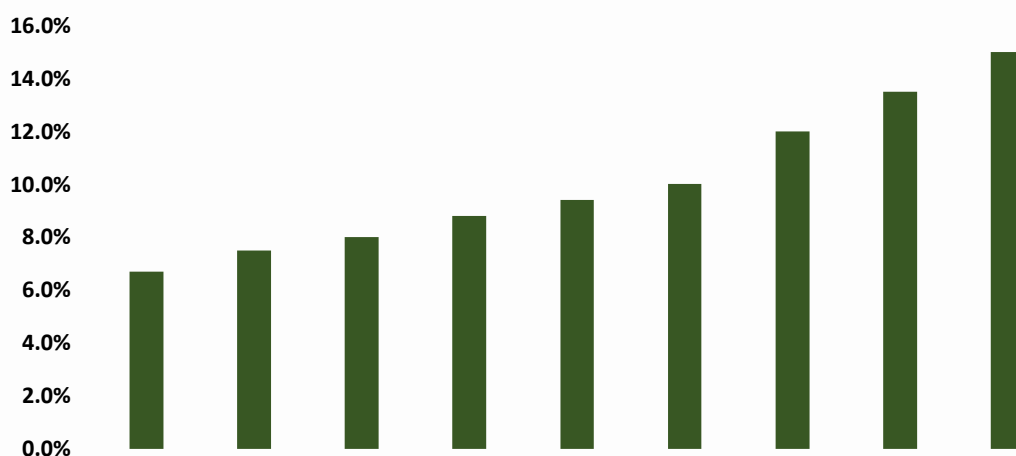
Язык отчета – русский.

Конъюнктура российского рынка

Общие тенденции

В условиях значительной

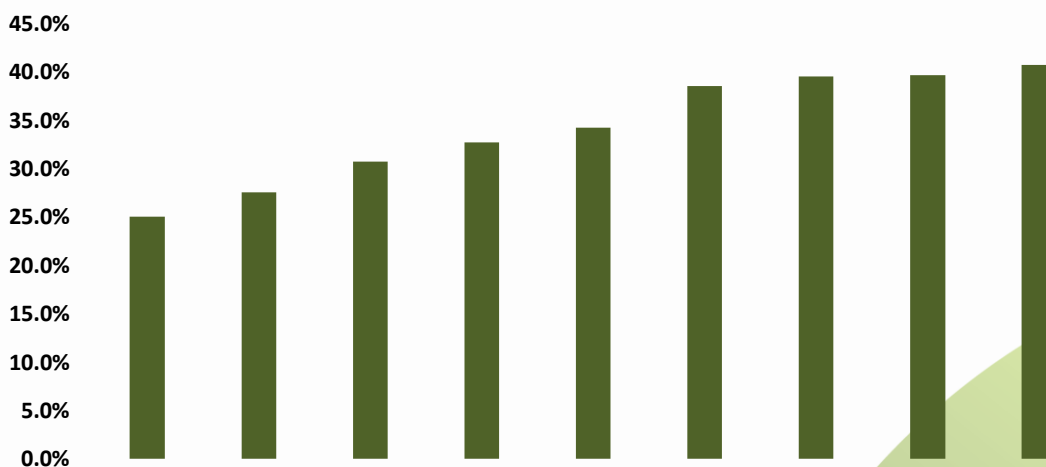
Рис. 1. Динамика доли собственных торговых марок в общем объеме продаж FMCG-рынка, 2015-2023гг., %



Источник: расчеты NeoAnalytics

.....

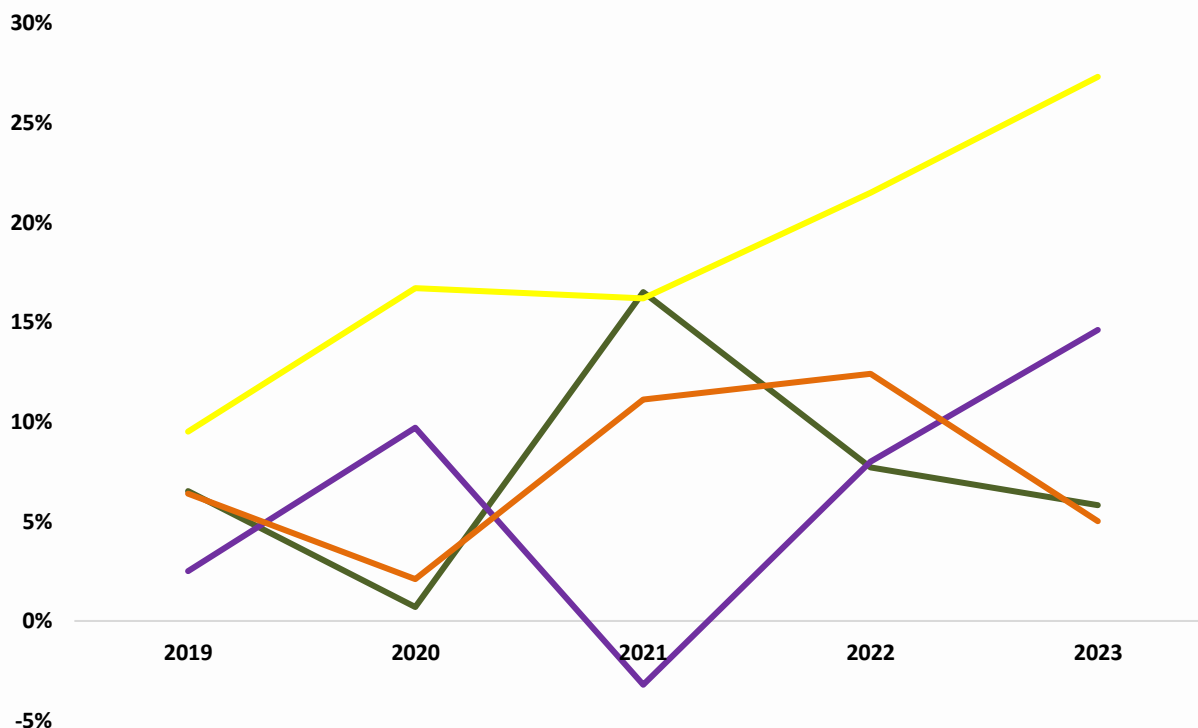
Рис. 2. Динамика доли розничных сетей в общем объеме оборота розничной торговли в России, 2015-2023 гг., %



Источник: Росстат

.....

Рис. 3. Динамика прироста российского рынка СТМ на фоне динамики розничной торговли и FMCG сетей, 2019-2023гг., %



Источник: Росстат

.....

Табл. 1. Типологизация собственных торговых марок

Наименование	Описание	Ценообразование
Родовые бренды		
Подражатели		
Премиальные бренды		

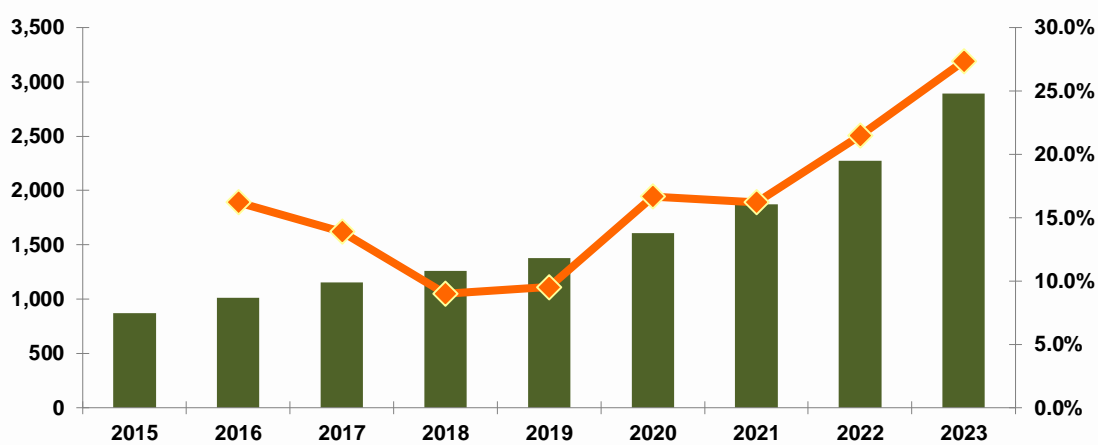
Источник: анализ NeoAnalytics

Показатели российского рынка

Объем, динамика объема рынка

По расчётам

Рис. 4. Динамика объема рынка СТМ розничных сетей в России, 2015-2023гг., млрд. руб., %



Источник: Росстат, расчеты NeoAnalytics

Структура рынка

Товарная структура рынка

В сегменте *продовольственных товаров*

Рис. 5. Структура рынка СТМ в сегменте продовольственных товаров, 2023г., %



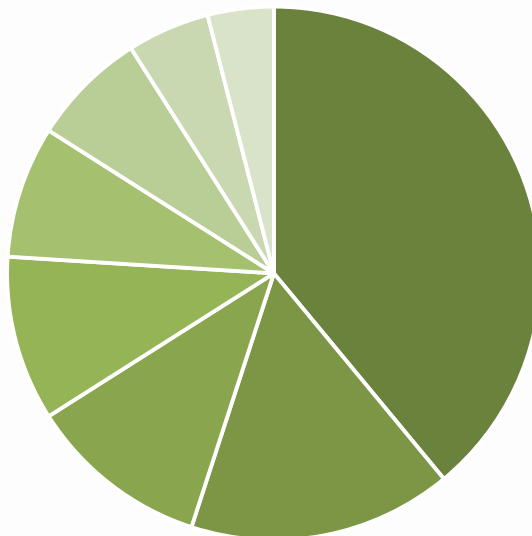
Источник: расчеты NeoAnalytics

.....

Региональная структура рынка

В

Рис. 6. Региональная структура рынка СТМ, 2023г., %



Источник: Nielsen, расчеты NeoAnalytics

Табл. 2. Региональная структура рынка СТМ, 2023г., млрд. руб., %

Наименование ФО	Доля ФО, %	Объем рынка, млрд. руб.
ЦФО		
ПФО		
СЗФО		
ЮФО		
СФО		
УФО		
ДФО		
СКФО		

Источник: Nielsen, расчеты NeoAnalytics



О компании *NeoAnalytics*



Штат компании *NeoAnalytics* - это команда профессионалов с разносторонним опытом деятельности в области маркетинга, маркетинговых коммуникаций и маркетинговых исследований, а также консалтинговых услуг, брендинга, PR и рекламы.

География наших исследований включает в себя все регионы России. На сегодняшний день мы наладили устойчивые партнерские отношения с маркетинговыми компаниями стран СНГ, Центральной и Восточной Европы, США.

Сотрудничая с международными компаниями, мы перенимаем передовой опыт и исследовательские методики, которые используем в работе для наших клиентов.

В 2010 г. мы присоединились к Европейской ассоциации изучения общественного мнения и маркетинговых исследований ESOMAR.

Наши ценности

- ✓ Мы практикуем индивидуальный подход к каждому клиенту и его ситуации, что позволяет нам подобрать оптимальное сочетание методов маркетинга и консалтинговых подходов для эффективного решения его бизнес-задач.
- ✓ Мы соблюдаем фундаментальные исследовательские принципы, следуя ценностям и интересам своих клиентов.
- ✓ Мы постоянно растем, совершенствуясь в своем профессионализме
- ✓ Мы любим свою работу!