

АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ

Рынок розничной торговли товарами для ремонта и строительства

Апрель 2008 г.

Москва

МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Цель исследования

Описание рынка розничных торговых сетей по продаже строительных материалов и товаров для дома в России.

Основные задачи исследования

1. Описать общее состояние российской экономики и макроэкономические результаты 2007 года.
2. Оценить состояние российского рынка розничных торговых сетей по продаже товаров для дома и ремонта:
 - объем рынка;
 - темпы роста рынка;
 - развитие различных форматов рынка;
 - специфика рынка различных регионов России;
 - основные игроки рынка;
 - тенденции и прогноз развития рынка.

Методы сбора данных

Мониторинг материалов российских СМИ и Интернет, анализ баз данных ФТС РФ, ФСГС РФ, МЭРТ РФ.

Методы анализа данных

Традиционный контент-анализ документов.

Информационная база исследования

1. Базы публикаций в СМИ
2. Ресурсы сети Internet
3. Данные государственных ведомств (ФТС РФ, ФСГС РФ (Росстат), МЭРТ РФ, Минпромэнерго РФ)
4. Результаты готовых исследований
5. Материалы отраслевых учреждений
6. Материалы участников рынка
7. Базы данных исследовательской компании.

СОДЕРЖАНИЕ:

РЕЗЮМЕ	13
ГЛАВА I. СОСТОЯНИЕ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ И ОСНОВНЫЕ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ В 2006-2007 ГГ.	15
§ 1.1. Динамика ВВП.....	15
§ 1.2. Инвестиции	16
§ 1.3. Инфляция.....	18
§ 1.4. Внешняя экономическая деятельность.....	21
Экспорт.....	21
Импорт.....	22
Внешнеторговый оборот.....	23
ГЛАВА II. РАЗВИТИЕ СМЕЖНЫХ И ВЛИЯЮЩИХ РЫНКОВ	24
§ 2.1. Общая характеристика строительной отрасли	24
Объемы строительства.....	24
Строительные организации России	25
Финансовый результат организаций, занятых в строительстве.....	26
§ 2.2. Развитие производства строительных материалов	28
Строительство объектов промышленности	28
Производство строительных материалов.....	29
§ 2.3. Жилищное строительство	32
Общие тенденции ввода жилья в РФ.....	32
Цены на жилье в РФ.....	35
Государственные программы, направленные на развитие сектора.....	38
Индивидуальное домостроение	39
Строительство коттеджей.....	39
§ 2.4. Характеристика жилищного строительства в РФ по округам	40
§ 2.5. Рынок ремонтно-строительных услуг	43
Экспертные оценки рынка.....	43
Официальная статистика	45
ГЛАВА III. РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ СТРОИТЕЛЬНЫМИ МАТЕРИАЛАМИ.....	47
§ 3.1. Развитие розничной торговли в России	47
§ 3.2. Розничный рынок строительных материалов.....	49
§ 3.3. Развитие различных форматов торговли строительными материалами в России	50
Характеристика.....	50
Professional	56
Гипермаркет.....	56
Строительный супермаркет.....	57
Cash&carry/ магазин-склад	57
Строительный дискаунтер.....	59
Магазин у дома	59
Магазин-салон и специализированные магазины	60
Мультиформатные сети	61
Строительные рынки и стройбазы.....	61
§ 3.4. Развитие формата DIY в России	65
Характеристики DIY	65
Западный рынок DIY.....	66
Краткая история развития DIY-розницы в России.....	67
Объем рынка DIY	70
Перспективы и риски вхождения на рынок DIY	71
Ресурсы.....	72
ГЛАВА IV. СЕТИ ФЕДЕРАЛЬНОГО МАСШТАБА	77

§ 4.1. Перечень основных сетей федерального масштаба	77
§ 4.2. OBI	83
Сведения о компании / Формат торговли	83
Товарный оборот / Другие показатели деятельности	84
Ассортимент / Ценовая ниша	84
Положение на рынке / Основные конкуренты	84
Планы и перспективы развития	85
§ 4.3. Castorama	85
Сведения о компании / Формат торговли	85
Структура собственности / Акционеры	86
Товарный оборот / Другие показатели деятельности	86
Ассортимент / Ценовая ниша	87
Положение на рынке / Основные конкуренты	87
Планы и перспективы развития	87
§ 4.4. «Старик Хоттабыч»	90
Сведения о компании / Формат торговли	90
Структура собственности / Акционеры	91
Товарный оборот / Другие показатели деятельности	91
Ассортимент / Ценовая ниша	91
Положение на рынке / Основные конкуренты	91
Планы и перспективы развития	92
§ 4.5. «Бауцентр»	92
Сведения о компании / Формат торговли	92
Структура собственности / Акционеры	93
Товарный оборот / Другие показатели деятельности	93
Ассортимент / Ценовая ниша	93
Положение на рынке / Основные конкуренты	93
Планы и перспективы развития	93
§ 4.6. «Метрика»	94
Сведения о компании / Формат торговли	94
Структура собственности / Акционеры	95
Товарный оборот / Другие показатели деятельности	95
Ассортимент / Ценовая ниша	95
Положение на рынке / Основные конкуренты	95
Планы и перспективы развития	95
§ 4.7. «Торговая площадь»	95
Сведения о компании / Формат торговли	95
Структура собственности / Акционеры	96
Ассортимент / Ценовая ниша	96
Положение на рынке / Основные конкуренты	97
Планы и перспективы развития	97
§ 4.8. «Максидом»	97
Сведения о компании / Формат торговли	97
Структура собственности / Акционеры	98
Товарный оборот / Другие показатели деятельности	98
Ассортимент / Ценовая ниша	98
Положение на рынке / Основные конкуренты	98
Планы и перспективы развития	99
§ 4.9. «Домовой»	99
Сведения о компании / Формат торговли	99
Структура собственности / Акционеры	100

Товарный оборот / Другие показатели деятельности	100
Ассортимент / Ценовая ниша	100
Положение на рынке / Основные конкуренты	100
Планы и перспективы развития	100
§ 4.10. «СКМ-холдинг»: «Супер Строй».....	100
Сведения о компании / Формат торговли	100
Структура собственности / Акционеры.....	102
Товарный оборот / Другие показатели деятельности	102
Ассортимент / Ценовая ниша	102
Положение на рынке / Основные конкуренты	102
Планы и перспективы развития	102
§ 4.11. «СантаХаус».....	104
Сведения о компании / Формат торговли	104
Структура собственности / Акционеры.....	104
Товарный оборот / Другие показатели деятельности	104
Ассортимент / Ценовая ниша	105
Положение на рынке / Основные конкуренты	105
Планы и перспективы развития	105
§ 4.12. «Чудодом».....	106
Сведения о компании / Формат торговли	106
Структура собственности / Акционеры.....	107
Товарный оборот / Другие показатели деятельности	107
Ассортимент / Ценовая ниша	107
Положение на рынке / Основные конкуренты	107
Планы и перспективы развития	108
§ 4.13. ИКЕА.....	108
Сведения о компании / Формат торговли	108
Структура собственности / Акционеры.....	109
Товарный оборот / Другие показатели деятельности	109
Ассортимент / Ценовая ниша	109
Положение на рынке / Основные конкуренты	109
Планы и перспективы развития	109
§ 4.14. METRO Cash & Carry.....	111
Сведения о компании / Формат торговли	111
Структура собственности / Акционеры.....	112
Товарный оборот / Другие показатели деятельности	112
Ассортимент / Ценовая ниша	113
Положение на рынке / Основные конкуренты	113
Планы и перспективы развития	113
ГЛАВА V. РЕГИОНАЛЬНЫЕ РЫНКИ ТОРГОВЛИ СТРОИТЕЛЬНЫМИ И	
ОТДЕЛОЧНЫМИ МАТЕРИАЛАМИ. МОСКВА И МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ.....	114
§ 5.1. Специфика строительной отрасли региона.....	114
§ 5.2. Рынок строительных и отделочных материалов	114
§ 5.3. Региональные торговые сети строительной тематики.....	114
Leroy Merlin.....	115
«Твой дом»	120
§ 5.4. Положение несетевого торговли строительной тематики	123
ГЛАВА VI. САНКТ-ПЕТЕРБУРГ И ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	124
§ 6.1. Специфика строительной отрасли региона.....	124
§ 6.2. Рынок строительных и отделочных материалов	124
§ 6.3. Региональные торговые сети строительной тематики.....	128

«Строймастер»	129
«Искрасофт».....	131
§ 6.4. Положение несетевой торговли строительной тематики	134
ГЛАВА VII. ЦЕНТРАЛЬНЫЙ и ЮЖНЫЙ ФО	135
§ 7.1. Специфика строительной отрасли регионов.....	135
Центральный федеральный округ.....	135
Южный Федеральный округ	136
§ 7.2. Рынок строительных и отделочных материалов	137
§ 7.3. Региональные торговые сети строительной тематики.....	137
Home Center.....	137
§ 7.4. Положение несетевой торговли строительной тематики	138
ГЛАВА VIII. СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ и УРАЛЬСКИЙ ФО	139
§ 8.1. Специфика строительной отрасли регионов.....	139
Северо-Западный федеральный округ.....	139
Уральский федеральный округ	140
§ 8.2. Рынок строительных и отделочных материалов	140
§ 8.3. Региональные торговые сети строительной тематики.....	142
§ 8.4. Положение несетевой торговли строительной тематики	142
ГЛАВА IX. ПРИВОЛЖСКИЙ ФО	143
§ 9.1. Специфика строительной отрасли региона.....	143
§ 9.2. Рынок строительных и отделочных материалов	143
§ 9.3. Региональные торговые сети строительной тематики.....	147
§ 9.4. Положение несетевой торговли строительной тематики	148
ГЛАВА X. СИБИРСКИЙ ФО.....	149
§ 10.1. Специфика строительной отрасли региона.....	149
§ 10.2. Рынок строительных и отделочных материалов	150
§ 10.3. Региональные торговые сети строительной тематики.....	151
«Домоцентр»	152
§ 10.4. Положение несетевой торговли строительной тематики	157
ГЛАВА XI. ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ФО	158
§ 11.1. Специфика строительной отрасли региона.....	158
§ 11.2. Рынок строительных и отделочных материалов	158
§ 11.3. Региональные торговые сети строительной тематики.....	159
«Фрекен Бок» cash&carry.....	159
§ 11.4. Положение несетевой торговли строительной тематики	160
ГЛАВА XII. ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОГО РЫНКА СТРОЙМАТЕРИАЛОВ	161
§ 12.1. Расширение розничных сетей строительных материалов в России.....	161
§ 12.2. Выход новых сетей на российский рынок	163

ПЕРЕЧЕНЬ ТАБЛИЦ И РИСУНКОВ

Таблицы

- Таблица 1. Формирование ВВП по кварталам в 2003-2007 гг. (текущие цены, млрд. руб.).
- Таблица 2. Основные показатели развития экономики (в % к соответствующему периоду предыдущего года).
- Таблица 3. Динамика инфляции на потребительском рынке и базовой инфляции (с начала года нарастающим итогом, %).
- Таблица 4. Индексы цен производителей в строительстве (строительно-монтажные работы) в % к предыдущему месяцу.
- Таблица 5. Состояние денежно-кредитной сферы и курсы рубля.
- Таблица 6. Число действующих строительных организаций по формам собственности, 2000-2006 гг.
- Таблица 7. Список 15 лидеров строительного комплекса России.
- Таблица 8. Сальдированный результат деятельности строительных организаций в общем объеме финансовых результатов (в фактически действовавших ценах, млн. рублей).
- Таблица 9. Удельный вес убыточных строительных организаций в 2003-2006 гг. (в процентах от общего числа организаций).
- Таблица 10. Ввод в действие мощностей по промышленности строительных материалов в Российской Федерации за 9 месяцев 2007 г.
- Таблица 11. Индексы физического объема продаж строительных материалов в 1995-2006 гг. (1990=100).
- Таблица 12. Динамика производства основных строительных материалов в 2000-2007 гг.
- Таблица 13. Ввод в действие жилых домов (миллионов квадратных метров общей площади).
- Таблица 14. Незавершенные строительством жилые дома в 1995-2006 гг. (на конец года)
- Таблица 15. Средние цены на рынке жилья за 1 кв.м. общей площади в 2002-2007 гг. (в долларах).
- Таблица 16. Норматив стоимости 1 квадратного метра обшей площади жилья (в рублях по субъектам Российской Федерации на I полугодие 2008 г.
- Таблица 17. Ввод нового жилья в январе-сентябре 2007 г. в целом по РФ и по федеральным округам.
- Таблица 18. Количественные показатели ввода жилья по федеральным округам в 2002-2007 гг., тыс. кв.м.
- Таблица 19. Расчет объема московского рынка ремонтных услуг в 2006 г.
- Таблица 20. Расчет объема российского рынка ремонтных услуг в 2006 г.
- Таблица 21. Оборот розничной торговли в крупнейших городах России в 2006 году.
- Таблица 22. Российская сетевая розница, практикующая оптовые продажи.
- Таблица 23. Российская сетевая розница, не делающая оптовых продаж или практикующая слабый вторичный опт.
- Таблица 24. Степень важности критериев при выборе магазинов двумя основными группами потребителей.
- Таблица 25. Описание основных западных форматов строительных магазинов
- Таблица 26. Товарный ассортимент различных форматов рынка.
- Таблица 27. Планы по открытию магазинов крупнейших игроков DIY рынка в России до 2015 года.
- Таблица 28. Основные игроки российского рынка DIY и их характеристики.

- Таблица 29. Список крупнейших сетей федерального масштаба и их основные характеристики.
- Таблица 30. Количество магазинов сети OBI в разных странах мира.
- Таблица 31. Количество магазинов сети OBI в России (по городам) на 01.01.2008 г.
- Таблица 32. Количество магазинов сети Castorama в разных странах мира.
- Таблица 33. Количество магазинов сети Castorama в России (по городам) на 01.01.2008 г.
- Таблица 34. Количество магазинов сети «Старик Хоттабыч» в России (по городам) на 01.01.2008 г.
- Таблица 35. Количество магазинов сети «Бауцентр» в России (по городам) на 01.01.2008 г.
- Таблица 36. Количество магазинов сети «Метрика» в России (по городам) на 01.01.2008 г.
- Таблица 37. Количество магазинов сети «Торговая площадь» в России (по городам) на 01.01.2008г.
- Таблица 38. Количество магазинов сети «Максидом» в России (по городам) на 01.01.2008 г.
- Таблица 39. Количество магазинов сети «Домовой» в России (по городам) на 01.01.2008 г.
- Таблица 40. Количество магазинов сети «Суперстрой» в России (по городам) на 01.01.2008 г.
- Таблица 41. Количество магазинов сети «СантаХаус» в России (по городам) на 01.01.2008 г.
- Таблица 42. Количество магазинов сети «Чудодом» в России (по городам) на 01.01.2008 г.
- Таблица 43. Количество магазинов сети IKEA в мире.
- Таблица 44. Количество магазинов сети IKEA в России (по городам) на 01.01.2008 г.
- Таблица 45. Планы открытия новых гипермаркетов сети IKEA в разных странах мира.
- Таблица 46. Количество магазинов сети «Метро» В России (по городам) на 01.01.2008 г.
- Таблица 47. Основные игроки розничных сетей Москвы и Московской области.
- Таблица 48. Количество магазинов сети Leroy Merlin в мире.
- Таблица 49. Количество магазинов сети Leroy Merlin в России.
- Таблица 50. Количество магазинов сети «Твой дом» в России.
- Таблица 51. Строительные рынки Москвы и Подмосковья.
- Таблица 52. Соотношения количества потребителей Санкт-Петербурга, знающих бренд, посещающих магазин и делающих там покупки.
- Таблица 53. Соотношение магазинов по известности среди потребителей Ленинградского региона.
- Таблица 54. Рейтинг сетей крупных магазинов строительных товаров и товаров для дома, (формат DIY) в Санкт-Петербурге.
- Таблица 55. Основные розничные сети Санкт-Петербурга и Ленинградской области.
- Таблица 56. Количество магазинов сети Rautakesko («Строймастер») В России.
- Таблица 57. Количество магазинов сети «Искрасофт» В России.
- Таблица 58. Основные игроки розничных сетей в ЦФО.
- Таблица 59. Основные игроки рынка розничной сетей в СЗФО и УФО.
- Таблица 60. Основные игроки рынка розничной сетей в ПФО.
- Таблица 61. основные игроки розничных сетей в СФО.
- Таблица 62. Количество магазинов сети «Домоцентр» в России.

Таблица 63. Количество магазинов сети «Практик» в России.

Таблица 64. Количество магазинов сети «Ковровый дворъ» в России.

Таблица 65. Количество магазинов сети «Прораб» в России.

Таблица 66. Количество магазинов сети «Абрис» в России.

Таблица 67. Количество магазинов сети «Стройкин» в России.

Таблица 68. Магазины сети «Домоцентр», готовящиеся к открытию или строительству.

Таблица 69. Основные игроки розничных сетей ДФО.

Таблица 70. Основные магазины сети «Фрекен Бок» в России.

Рисунки

Рисунок 1. Динамика ВВП в РФ в 2000-2007 гг.

Рисунок 2. Формирование ВВП по годам в 2003-2007 гг. (текущие цены, трлн. руб.).

Рисунок 3. Инвестиции в основной капитал ежемесячно (млрд. руб.).

Рисунок 4. Поквартальный темп роста уровня инфляции в России, 1999-2007 гг.

Рисунок 5. Темпы роста показателей импорта, экспорта и внешнеторгового оборота в 1999-2007 гг. (в процентах к предыдущему году).

Рисунок 6. Динамика объема работ, выполненных по виду деятельности «строительство» за 2005-2007 гг., млрд. руб.

Рисунок 7. Доля субъектов РФ в объеме работ, выполненных по виду деятельности «строительство» в 2007 г., %.

Рисунок 8. Динамика цен на базовые строительные материалы в 2006-2007 гг., %.

Рисунок 9. Динамика ввода жилья в РФ в 2000-2007 гг. и прогноз до 2012 г. (млн. кв. м)

Рисунок 10. Строительство жилых домов в федеральных округах в 2006-2007 гг.

Рисунок 11. Доля субъектов Российской Федерации в объеме ввода общей площади жилых домов в 2007 г. (в %).

Рисунок 12. Доля индивидуального домостроения в общей площади завершенного строительством жилья в 1990-2007 гг., %.

Рисунок 13. Объемы жилищного строительства в РФ по федеральным округам в 2006-2007 гг., тыс. кв. м и прирост, %.

Рисунок 14. Динамика ввода жилья по федеральным округам РФ в 2000-2007 гг., тыс. кв.м.

Рисунок 15. Доля расходов на приобретение строительных материалов в общем объеме потребительских расходов домохозяйств в 1980-2005 гг., %.

Рисунок 16. Оборот розничной торговли в 2006 году (тысяч руб. в месяц на одного «номинального» жителя).

Рисунок 17. Оборот розничной торговли в 2006 году (тысяч руб. в месяц на одного реального потребителя.).

Рисунок 18. Структура продаж товаров первичного строительства по форматам торговли в 2006 году.

Рисунок 19. Структура продаж товаров для интерьера по форматам торговли в 2006 году.

Рисунок 20. Количество магазинов у ведущих сетевых ритейлеров в России на 01.01.2008 г.

Рисунок 21. Распределение общего числа ведущих сетей DIY по региональным форматам..

Рисунок 22. Динамика ежегодного появления новых сетевых брендов в России в 1990-2007 гг.

Рисунок 23. Динамика ввода жилья в Москве и Московской области в 2000-2007 гг.

Рисунок 24. Динамика оборота Leroy Merlin в Европе (в млн. евро без франшизы).

Рисунок 25. Рост количества магазинов Leroy Merlin в мире по типам магазинов.

Рисунок 26. Динамика ввода жилья в Санкт-Петербурге и Ленинградской области в 2000-2007 гг.

Рисунок 27. Оборот розничной торговли в Санкт-Петербурге и Ленинградской области в 2005-2007 гг. (млрд. руб.).

Рисунок 28. Динамика ввода жилья ведущих регионов Центрального ФО в 2000-2007 гг.

Рисунок 29. Динамика ввода жилья ведущих регионов Южного ФО в 2000-2007 гг.

Рисунок 30. Динамика ввода жилья ведущих регионов Северо-Западного ФО в 2000-2007 гг.

Рисунок 31. Динамика ввода жилья ведущих регионов Уральского ФО в 2000-2007 гг.

Рисунок 32. Динамика ввода жилья ведущих регионов Приволжского ФО в 2000-2007 гг.

Рисунок 33. Динамика ввода жилья ведущих регионов Сибирского ФО в 2000-2007 гг.

Рисунок 34. Динамика ввода жилья ведущих регионов Дальневосточного ФО в 2000-2007 гг.

ГЛАВА III. РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ СТРОИТЕЛЬНЫМИ МАТЕРИАЛАМИ

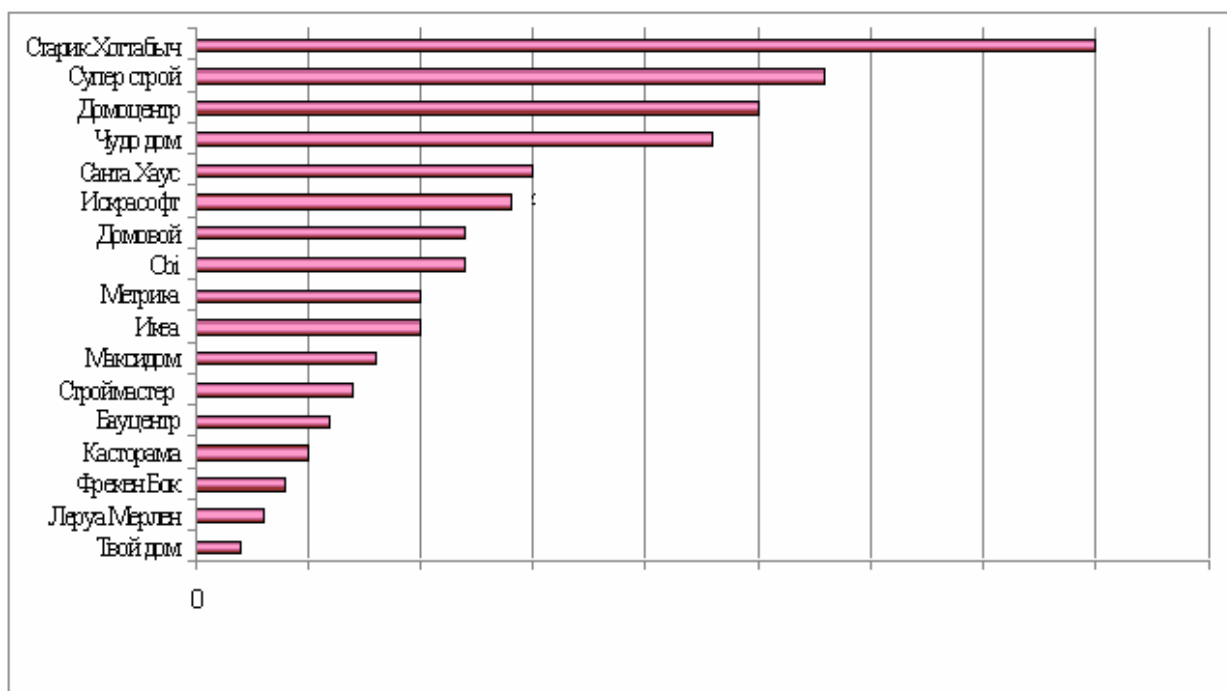
§ 3.4. Развитие формата DIY в России

Характеристики DIY

DIY-гипермаркет (do it yourself – «сделай сам»), представленный супер- и гипермаркетами строительных материалов и товаров для благоустройства дома и сада европейского уровня, общей площадью более 5 тысяч м². Целевая аудитория – физические лица, самостоятельно приобретающие и использующие продукцию, выполняющие строительные или ремонтные работы дома или на даче.¹ Юридические лица – небольшие строительные-ремонтные бригады – также не обходят магазины этого формата стороной, тем не менее их доля в общей структуре продаж незначительна.²

Одним из основных отличий этого формата от professional специалисты называют более широкий ассортимент продукции.³ Ассортимент DIY-гипермаркета в среднем включает 30-40 тыс. наименований.

Рисунок 20. Количество магазинов у ведущих сетевых ритейлеров в России на 01.01.2008 г.



Источник: ABARUS Market Research.

Термин DIY в России используется для определения различных групп магазинов и переводится DIY как «товары для дома», «строительные материалы», «строительно-отделочные материалы и интерьерные товары для дома» и пр. Согласно западному определению, все несетевые магазины, представленные не в формате гипермаркет, DIY не являются.⁴

¹ Abarus

² «Торговое дело (Украина)». 11 .06.2007

³ «Commercial Property», N3, март 2005

⁴ Abarus

Гипермаркет DIY, хоть и является на данный момент не самым распространенным форматом, тем не менее имеет наилучшие рыночные перспективы. Именно к такому виду торговли склоняются компании, которые занимают ведущие позиции на отечественном рынке.⁵

Таблица 27. Планы по открытию магазинов крупнейших игроков DIY рынка в России до 2015 года.

Управляющая компания (страна)	Сайт	Наименование бренда магазинов	Планы открытия магазинов до 2015
ОБИ (Германия)	www.obi.ru	ОБИ	***
Kingfisher (Англия)	www.castorama.ru	Castorama	***
Leroy Merlin (Франция)	www.leroy-merlin.ru	Leroy Merlin	***
Rautakesko (Финляндия)	www.stroymaster.su	К-Rauta / Строймастер	***
Fishman Group (Израиль)	www.homecenters.ru	Home Center	***

Источник: ABARUS Market Research.

Объём рынка DIY

Локальные сети розничных магазинов по продаже строительно-отделочных материалов в пределах одного города или региона стали появляться в России с середины 90-х годов. Сегмент DIY-гипермаркетов начал развиваться в связи с «квартирным» вопросом, чего ранее вообще не было. Динамика потребления в России и повышение среднего уровня дохода вызывают готовность населения тратить все больше средств из семейного бюджета на оформление и обустройство жилища.

Практически все крупные западные сети по продаже товаров для строительства, ремонта и дома уже представлены в России. Возможно, в 2007 году пришёлся пик развития этого сегмента: западные ритейлеры заявляют амбициозные планы, но и отечественные операторы не собираются отставать. В лидеры российские компании может вывести разве что узкая специализация и точная настройка на целевую аудиторию.

⁵ «Торговое дело (Украина)». 11 .06. 2007

Таблица 28. Основные игроки российского рынка DIY и их характеристики.

Название сети	Владелец сети	Страна происхождения	Формат	Торговый формат	Выход на рынок	Число магазинов на начало 2008 г.
OBI	Tengelmann	Германия	Федеральный	***	***	***
Leroy Merlin	Auchan Group	Франция	Региональный	***	***	***
K-Rauta	Kesko Corporation	Финляндия	Региональный	***	***	***
Castorama	Kingfisher	Великобритания	Федеральный	***	***	***
Home Center	Fishman Group	Израиль	Региональный	***	***	***
Metro	Metro Group	Германия	Федеральный	***	***	***
ИКЕА	ИКЕА Group	Швеция	Федеральный	***	***	***
«Старик Хоттабыч»	ГК «Некс»	Россия	Федеральный	***	***	***
«Искрасофт»	ЗАО «Искрасофт»	Россия	Региональный	***	***	***

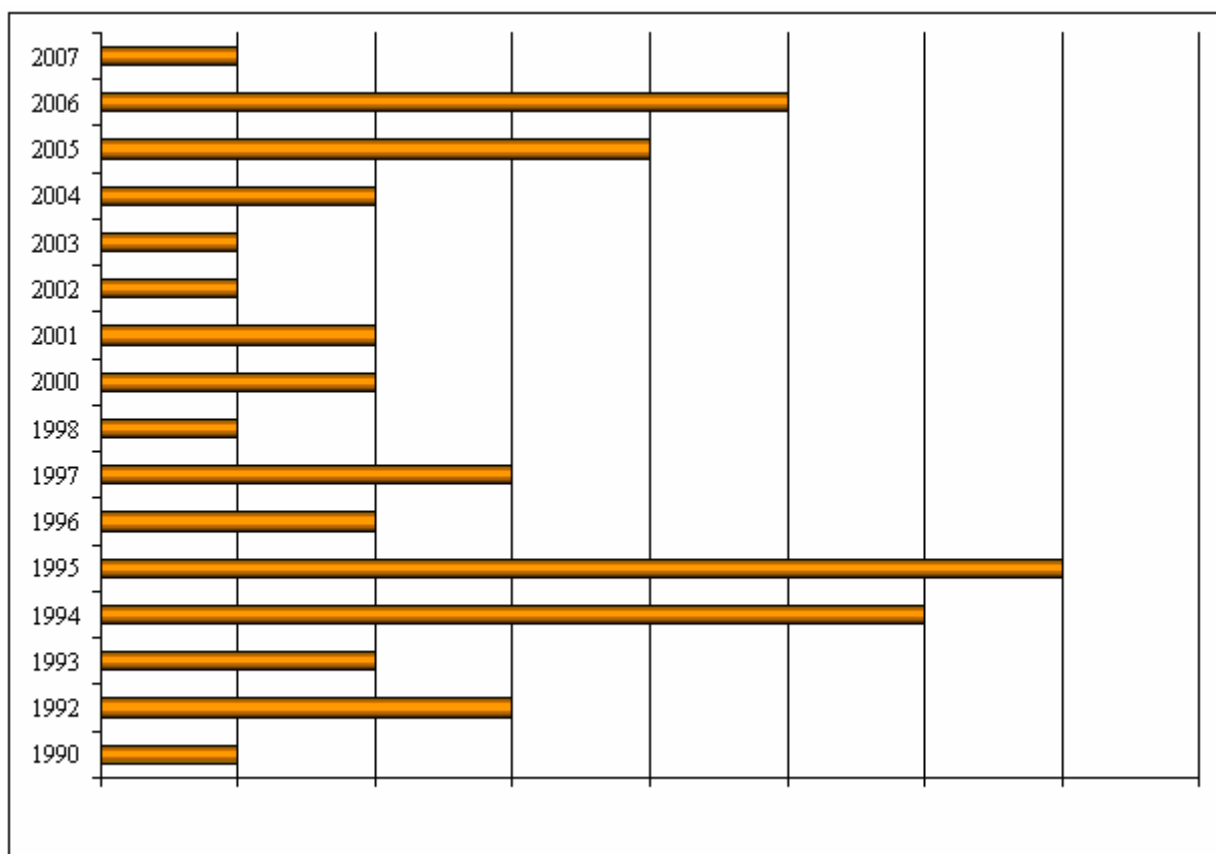
«Твой дом»	Группа «Крокус»	Россия	Региональный	***	***	***
«Супер Строй»	ООО «Трест СКМ»	Россия	Федеральный	***	***	***
Холдинг «Домоцентр»	Холдинг «Домоцентр»	Россия	Региональный	***	***	***
Домоцентр	Холдинг «Домоцентр»	Россия	Региональный	***	***	***
«Ковровый дворь»	Холдинг «Домоцентр»	Россия	Региональный	***	***	***
«Практик»	Холдинг «Домоцентр»	Россия	Региональный	***	***	***

«Прораб»	Холдинг «Домоцентр»	Россия	Региональный	***	***	***
«Абрис»	Холдинг «Домоцентр»	Россия	Региональный	***	***	***
«Стройкин»	Холдинг «Домоцентр»	Россия	Региональный	***	***	***
«Бауцентр»	ГК «Бауцентр»	Россия	Федеральный	***	***	***
«Максидом»	ООО «Максидом»	Россия	Федеральный	***	***	***
«Метрика»	ООО «Корпорация СБР»	Россия	Региональный	***	***	***
«Домовой»	ХК «Адамант»	Россия	Федеральный	***	***	***
«Санта Хаус»	ООО «Лавента»	Россия	Федеральный	***	***	***
«Фрекен Бок»	ГК «Фрекен»	Россия	Региональный	***	***	***
«Наш дом»	ГК «Ташир»	Россия	Региональный	***	***	***
«Чудодом»	«Чудодом»	Россия	Федеральный	***	***	***
«Кенгуру»	ГК «Кенгуру»	Россия	Федеральный	***	***	***
«Дом Лаверна»	ГК «Лаверна»	Россия	Региональный	***	***	***
Товарищ	Холдинг «НИКПА»	Россия	Федеральный	***	***	***
«Иван Иваныч»	«Мебель плюс»	Россия	Региональный	***	***	***
«Агава»	ООО «Агава»	Россия	Региональный	***	***	***
СТД «Петрович»	ООО «СТД «Петрович»»	Россия	Региональный	***	***	***
«Джинн Строй»	ООО «СНК»	Россия	Региональный	***	***	***
«Олимпия»	ООО «ТК «Олимпия»	Россия	Региональный	***	***	***
«Левша»	ООО «ТД «Левша»	Россия	Региональный	***	***	***

«Доминго»	ХК «Техносистема»	Россия	Региональный	***	***	***
«Первомастер»	ХК «Техносистема»	Россия	Региональный	***	***	***
«То, что надо»	ГПХ «Форборс»	Россия	Региональный	***	***	***
«Стройдепо»	–	Россия	Региональный	***	***	***
«Город Мастеров»	«Декарт»	Россия	Региональный	***	***	***
«ЕвроИнтерьер»	ООО «ЕвроИнтерьер»	Россия	Региональный	***	***	***
«Азбука дома»	ООО «ЕвроИнтерьер»	Россия	Региональный	***	***	***
«Дом Куприяна»	ООО «Дом Куприяна»	Россия	Региональный	***	***	***
«Ордер»	ЗАО Группа «Ордер»	Россия	Региональный	***	***	***
«Армада»	ООО «Скит-2000»	Россия	Региональный	***	***	***

Источник: ABARUS Market Research по данным компаний, РБК, СМИ

Рисунок 22. Динамика ежегодного появления новых сетевых брендов в России в 1990-2007 гг.



Источник: АВАРУС Market Research.

ГЛАВА IV. СЕТИ ФЕДЕРАЛЬНОГО МАСШТАБА

§ 4.1. Перечень основных сетей федерального масштаба

Таблица 29. Список крупнейших сетей федерального масштаба и их основные характеристики.

Название	Управляющая компания	Год выхода в РФ	Кол-во магазинов в РФ	Месторасположение и число магазинов по городам	Формат торговли	Объём выручки	Средняя площадь (кв.м)	Ассортимент (наименований товаров)
OBI	Tengelmann	***	***	Москва - & Санкт-Петербург - & Казань - & Екатеринбург - & Н.Новгород - &	Универс.	***	***	***
Castorama	Kingfisher	***	***	Санкт-Петербург - & Москва - & Самара - & Ростов-на-Дону - &	Универс.	***	***	***
«Старик Хоттабыч»	ГК «Нэкс»	***	***	Москва - & Ростов-на-Дону - & Н.Новгород - & Волгоград - & Самара - & Красноярск - & Омск - & Саратов - & Санкт-Петербург - & Смоленск - & Ижевск - & Тольятти - & Новокузнецк - & Уфа - & Казань - & Пермь - & Екатеринбург - & Воронеж - & Барнаул - &	Универс.	***	***	***

				Челябинск - & Иркутск - &				
«Метрика»	ООО Корпорация «СБР»	***	***	Санкт-Петербург - & Московская область - & Липецк - &	Универс.	***	***	***
«Бауцентр»	Vaucentre	***	***	Калининград - & Краснодар - & Омск - &	Универс.	***	***	***
«Торговая площадь»	ТПХ «Торговая площадь»	***	***	Москва - & Санкт-Петербург - & Самара - & Новосибирск - & Ростов-на-Дону - & Сочи - & Н.Новгород - & Краснодар - & Пятигорск - & Липецк - & Воронеж - & Архангельск - & Тольятти - & Омск - & Челябинск - & Магнитогорск - &	Универс.	—	—	***
«Домовой»	ХК «Адамант»	***	***	Санкт-Петербург - & Краснодар - & Самара - & Набережные Челны - & Н.Новгород - & Ижевск - &	Универс.	***	***	***
«Максидом»	«Максидом»	***	***	Санкт-Петербург - & Ростов-на-Дону - &	Универс.	***	***	***
«Супер Строй»	ООО «Трест СКМ»	***	***	Екатеринбург - & Уфа - & Пермь - &	Универс.	***	***	***

				Тюмень - & Нижний Тагил - & Челябинск - & Берёзовский - & Серов - & Н.Новгород - & Нижнекамск - &				
«Санта Хаус»	ООО «Лавента»	***	***	Москва - & Санкт-Петербург - & Ростов-на-Дону - & Уфа - & Челябинск - & Казань - & Липецк - & Самара - &	Универс.	***	***	***
«Чудо Дом»	«Чудо Дом»	***	***	Новосибирск - & Тольятти - & Набережные Челны - & Барнаул - & Самара - & Иркутск - & Кемерово - & Магнитогорск - & Нижнекамск - & Казань - & Челябинск - & Абакан - & Екатеринбург - & Благовещенск - & Оренбург - & Железногорск - &	Универс.	***	***	***
«Икеа»	ИКЕА Group	***	***	Москва - & Санкт-Петербург - & Екатеринбург - & Казань - & Н.Новгород - &	Универс.	—	***	***

				Новосибирск - & Ростов-на-Дону - &				
«Метро»	Metro group	***	***	Москва - & Московская область - & Санкт-Петербург - & Нижний Новгород - & Волгоград - & Копейск - & Самара - & Казань - & Краснодар - & Уфа - & Ростов-на-Дону - & Липецк - & Ярославль - & Екатеринбург - & Набережные Челны - & Тюмень - & Тула - & Воронеж - & Саратов - & Ставрополь - & Новосибирск - & Омск - & Оренбург - & Пермь - & Рязань - & Ульяновск - & Красноярск - &	Универс.	***	***	***
«Дом Лаверна»	ГК «Дом Лаверна»	***	***	Санкт-Петербург - & (розн) Красноярск – & (опт) Нижний Новгород – & (опт) Самара - & (опт) Новосибирск - & (опт) Екатеринбург - & (опт) Ростов-на-Дону - & (опт)	Универс.+Специал	***	***	***

				Москва - & (опт) Иваново - & Владимир - & Ярославль - & Кострома - & Вологда - &				
«Кенгуру»	ГП «Кенгуру»	***	***	Шуя - & Родники - & Кинешма - & Ковров - & Ростов - & Тутаев - & Лежнево - & Киржач - & Южа - & Волгореченск - & Комсомольск - & Фурманов - & Кольчугино - & Вичура - &	Универс.	—	***	***
«То, что надо»	ГПХ «Форборс»	***	***	Москва - & Тверь - & Санкт-Петербург - & Казань - &	Универс.	—	—	—
«Товарищ»	Холдинг «НИКПА»	***	***	Ижевск - & Магнитогорск - & Рязань - & Пермь - & Липецк - & Новокузнецк - &	Универс.	—	***	***
«Агора»	ТК «Агора»	***	***	Екатеринбург - & Пермь - & Новосибирск - & Пермь - & Челябинск - &	Универс.	—	—	—

Источник: АВАРУS Market Research.