

**Carrefour**



**WAL★MART**



## **Переключение каналов**

250 лучших розничных компаний мира

# Перспективы ретейлеров на мировом рынке

---

## **В краткосрочной перспективе:**

- рост выручки за счет демпинга цен
- престижная и высококлассная продукция для богатого слоя населения

## **В долгосрочной перспективе:**

- рост на развитых рынках
  - новые возможности на развивающихся рынках
-

# Мировые тенденции в деятельности ретейлеров:

---

- Адаптация к местным предпочтениям
- Недвижимость как обязательное условие закрепления
- Многоканальный сервис



# Три кита успеха мобильных сервисов:

---

- Удобство использования и потребительский опыт
- Защита данных и конфиденциальность
- Доступ для сотрудников и бизнес-партнеров



---

## Краткая статистика

- \$3.94 трлн – общий объем продаж
- \$15.765 млрд – средний размер компаний
- \$3.292 млрд – минимальный объем продаж
- 5.3% – совокупный темп прироста объема продаж
- 5.7% – 2005-2010 совокупный темп прироста за пятилетний период
- 3.8% – совокупная рентабельность
- 5.8% – совокупный темп прироста рентабельности
- 1.5 раз – совокупное увеличение оборота активов
- 23.4% – доля выручки от иностранных операций



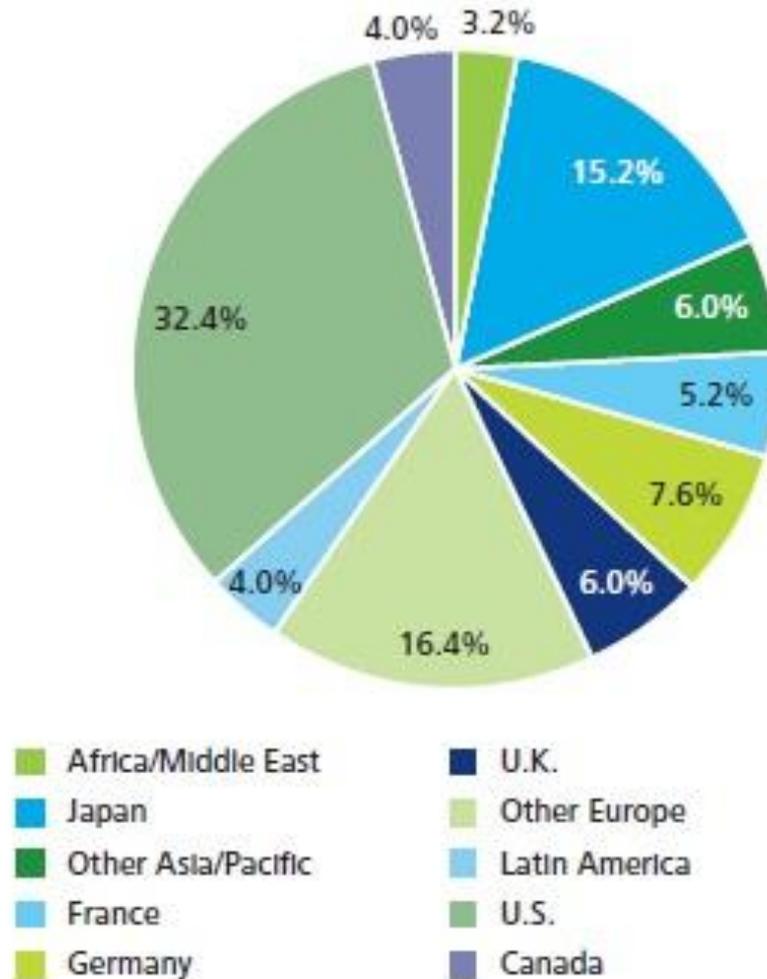
# 10 главных розничных компании

Top 250 rank	Name of company	Country of origin	2010 retail sales (US \$mil)	2010 retail sales growth	2010 net profit margin	2010 return on assets	2010 asset turnover
1	Wal-Mart	U.S.	418,952	3.4%	4.0%	9.4%	2.3
2	Carrefour	France	119,642	4.8%	0.6%	1.1%	1.7
3	Tesco	U.K.	92,171 <sup>e</sup>	6.7%	4.4%	5.7%	1.3
4	Metro	Germany	88,931	2.8%	1.4%	2.7%	1.9
5	Kroger	U.S.	82,189	7.1%	1.4%	4.8%	3.5
6	Schwarz	Germany	79,119 <sup>e</sup>	9.4%	n/a	n/a	n/a
7	Costco	U.S.	76,255	9.1%	1.7%	5.6%	3.3
8	The Home Depot	U.S.	67,997	2.8%	4.9%	8.3%	1.7
9	Walgreen Co.	U.S.	67,420	6.4%	3.1%	8.0%	2.6
10	Aldi	Germany	67,112 <sup>e</sup>	5.2%	n/a	n/a	n/a
<b>Top 10*</b>			\$1,159,788	5.0%	3.0%	6.4%	2.1
<b>Top 250*</b>			\$3,941,232	5.3%	3.8%	5.8%	1.5
<b>Top 10 share of total</b>			29.4%				

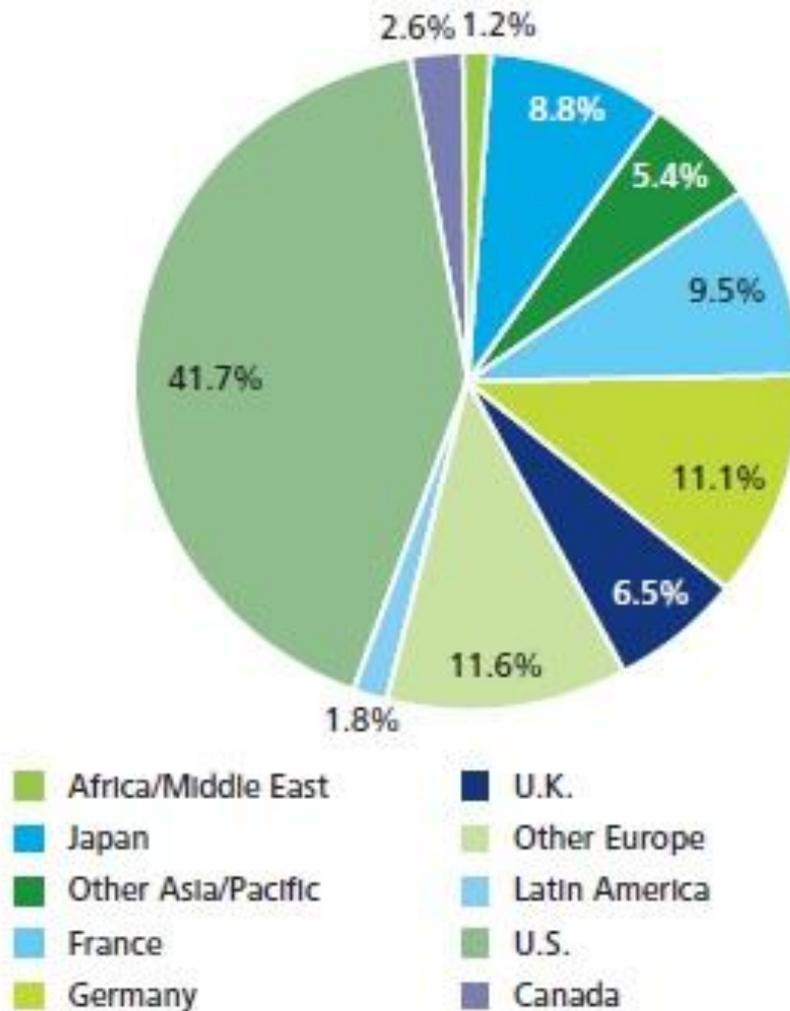


# Распределение компаний по регионам

---



# Распределение продаж по регионам



# Увеличение объемов продаж и рентабельность по регионам



# Характеристики регионов

---

	# companies	Average 2010 retail sales (US\$mil)	% retail sales from foreign operations 2010	Average # countries 2010	% single-country operators 2010
Top 250*	250	\$15,765	23.4%	8.2	40.4%
Africa/Middle East	8	\$5,713	15.0%	9.8	0.0%
Asia/Pacific	53	\$10,527	10.4%	3.3	58.5%
Japan	38	\$9,090	6.7%	2.6	68.4%
Europe	88	\$17,302	38.9%	14.9	18.2%
France	13	\$28,721	44.6%	30.3	0.0%
Germany	19	\$22,969	42.6%	13.6	10.5%
U.K.	15	\$17,065	24.1%	16.6	20.0%
Latin America	10	\$7,107	19.3%	2.1	50.0%
North America*	91	\$19,165	14.3%	7.0	53.8%
U.S.*	81	\$20,266	14.3%	7.6	49.4%



# Q коэффициент

---

отношение рыночной капитализации публичной компании к стоимости ее материальных активов

Name of Company	Country	Q ratio
Coach, Inc.	U.S.	7.15
BİM Birleşik Mağazalar A.Ş.	Turkey	5.81
H & M Hennes & Mauritz AB	Sweden	5.67
Amazon.com, Inc.	U.S.	5.30
Apple Inc. / Retail (Apple Stores)	U.S.	4.69
CP ALL Public Company Limited	Thailand	4.50
Inditex S.A.	Spain	4.15
Dollar Tree, Inc.	U.S.	4.05
Woolworths Holdings Limited	South Africa	3.69
Tractor Supply Company	U.S.	3.61



# Q коэффициент по странам

---

By Country	
Sweden	5.21
Turkey	1.54
U.S.	1.47
Chile	1.42
South Africa	1.26
Russia	1.26
Australia	1.11
Mexico	1.04
Canada	0.82
Portugal	0.76
Brazil	0.73
U.K.	0.68
France	0.67
Japan	0.38
Germany	0.32

---

Спасибо за внимание!

