|  |  |
| --- | --- |
| **Название отчета** | **РОССИЙСКИЙ РЫНОК безалкогольных напитков 2017. анализ и тенденции рынка (ВЫПУСК 4)** |
| Название компании-исполнителя | Маркетинговое Агентство Step by Step |
| Дата выхода отчета  | 20.06.2016 |
| Количество страниц | 113 стр. |
| Язык отчета | русский |
| Стоимость (руб.) | 35 000 руб. |
| Полное описание отчета (цель, методы, структура, источники информации, выдержки из текста, графическая информация, диаграммы-примеры и т.п.) – не более 2-х стр.А4 | **Цель исследования:** анализ текущей ситуации на рынке безалкогольных напитков.**Задачи исследования:*** Описание макроэкономической ситуации на Рынке
* Выделение основных сегментов Рынка
* Определение основных количественных характеристик Рынка
* Описание структуры Рынка
* Выявление основных игроков на Рынке
* Выявление основных факторов, влияющих на Рынок

Описание типа исследования:Данный отчет написан по результатам кабинетного исследования. Кабинетное исследование представляет собой вид качественного маркетингового исследования, направленного на поиск и анализ данных, содержащихся в открытых источниках информации.**Выдержки из исследования:**На рынке безалкогольных напитков наибольшие доли составляют …. газированные напитки (….%), …. (….%) и …… (…..%).Доля пластиковых ПЭТ бутылок занимает …..% всех видов упаковочных материалов компании. Картонная упаковка для соковой продукции составляет …..%, алюминиевые банки ….% и упаковка сиропов пост-микс для аппаратов пост-микс ….%. Чуть менее ….% составляют другие виды упаковки, к которым относятся стеклянные бутылки одноразового использования (….%), мягкая герметичная упаковка с завинчивающейся крышкой (для фруктового пюре) (….%) и упаковка сиропов пост-микс для «Макдоналдс» (контейнер) (…..%).Наиболее массовый объем выпуска безалкогольных напитков составляет ПЭТ бутылка …. и …. литра и бутылки объемом …. литр.Наиболее дешевым безалкогольным напитком является ….., его средняя стоимость за литр в 2016 году составляла …. руб., самые дорогие – энергетические напитки, их стоимость составляет ….. руб. за литр.Темп изменения цены на газированную воду не равномерный, в 2014 году цена выросла на ….%, в 2015 году на …..%, в 2016 году темп замедлился и составил ….%. В мае 2017 года цена на газированную воду выше цены в мае 2016 года на ….%.С 2012 года производство безалкогольных напитков снижалось, в 2016 году объем производства снизился на …% и составил ……. декалитров.Производство газированной воды резко возросло в 2015 году, было произведено ….. полулитров газированной воды, темп роста составил …..%. В 2016 году темп роста снизился, но по прежнему положительный, объем производства вырос на …% и составил …... полулитров.В разрезе сегментов можно отметить рост в сегменте «Воды минеральные (природные и искусственные), содержащие добавки сахара или других подслащивающих или вкусо-ароматических веществ», рост данного сегмента в 2016 году составил …%, а также в сегменте напитков квасных, их производство в 2016 году возросло на …% после падения на ….% в 2015 году и составило ….. декалитров.Лидерами по производству газированной воды являются …. Фо с долей ….% и …. ФО с долей ….%.В 2016 году объем розничных продаж безалкогольных напитков составил ….. руб., что на ….% выше аналогичного показателя за 2015 год.Лидером по объему продаж безалкогольных напитков является …. ФО, его доля в 2016 году составила ….%.В данных розничных продаж за кварталы ярко выражено заметный рост продаж напитков во втором и третьем кварталах, и максимальный рост продаж в четвертом квартале года. |
| Подробное оглавление/содержание отчета |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | **Содержание** |  |
| 2 | **Введение** | **6** |
| 3 | **Методологическая часть** | **7** |
|  | 3.1 | *Описание типа исследования* | *7* |
|  | 3.2 | *Объект исследования* | *7* |
|  | 3.3 | *Цели и задачи исследования* | *7* |
|  | 3.4 | *География исследования* | *7* |
|  | 3.5 | *Время проведения исследования* | *7* |
|  | 3.6 | *Методы сбора данных* | *8* |
| 4 | **Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок** | **9** |
|  | 4.1 | *Общая экономическая ситуация* | *9* |
|  | 4.2 | *Валовой внутренний продукт* | *9* |
| 5 | **Описание отрасли. Пищевая отрасль** | **17** |
|  |  | 5.1.1 | Основные показатели отрасли | 18 |
|  |  | 5.1.2 | Основные финансовые показатели отрасли | 18 |
|  | 5.2 | *Прогноз развития пищевой отрасли* | *20* |
|  | 5.3 | *Описание влияющих Рынков. Рынок упаковки* | *21* |
|  |  | 5.3.1 | Описание и сегментация рынка | 21 |
|  | 5.4 | *Объем производства. Объем рынка* | *24* |
|  | 5.5 | *Крупные производители* | *27* |
|  | 5.6 | *Описание смежных рынков. Рынок соков* | *28* |
|  |  | 5.6 | Сегментация рынка соков | 28 |
|  |  | 5.7 | Сегментирование по виду используемого сырья | 30 |
|  |  | 5.8 | Сегментирование по объему сока | 32 |
|  |  | 5.9 | Сегментирование по упаковке | 33 |
|  |  | 5.10 | Ценовое сегментирование | 36 |
|  |  | 5.11 | Тенденции в различных рыночных сегментах | 37 |
|  |  | 5.12 | Объем и емкость рынка соков | 37 |
|  | 5.7 | *Динамика развития рынка. Объем и темпы роста* | *39* |
| 6 | **Сегментация рынка** | **40** |
|  | 6.1 | *Определение продукции* | *40* |
|  | 6.2 | *Сегментирование продукции по основным наименованиям* | *40* |
|  | 6.3 | *Сегментирование Продукции по технологии производства или потребления* | *44* |
|  | 6.4 | *Сегментирование Продукции по видам упаковки* | *45* |
|  | 6.5 | *Основные принципы ценообразования* | *47* |
|  | 6.6 | *Ценовое сегментирование Продукции* | *48* |
|  | 6.7 | *Тенденции различных сегментов Продукции* | *55* |
| 7 | **Основные количественные характеристики Рынка** | **57** |
|  | 7.1 | *Объем и емкость Рынка* | *57* |
|  |  | 7.1.1 | Российское производство | 57 |
|  |  | 7.1.2 | Объем Рынка в денежном выражении | 61 |
|  | 7.2 | *Темпы роста Рынка* | *62* |
|  | 7.3 | *Влияние сезонности на Рынок* | *63* |
|  | 7.4 | *Прогноз развития Рынка* | *63* |
| 8 | **Сбытовая структура Рынка** | **65** |
|  | 8.1 | *Цепочка движения товара* | *65* |
|  | 8.2 | *Краткое описание основных сегментов участников Рынка* | *67* |
|  |  | 8.2.1 | Производители Продукции | 67 |
|  |  | 8.2.2 | Дистрибьюторы продукции | 68 |
|  |  | 8.2.3 | Сектор HORECA | 68 |
|  |  | 8.2.4 | Розничный сектор | 69 |
| 9 | **Конкурентный анализ** | **72** |
|  | 9.1 | *Основные параметры конкуренции* | *72* |
|  |  | 9.1.1 | Основные производители. Описание профилей крупнейших компаний | 72 |
| 10 | **История развития в России** | **73** |
| 11 | **Географический охват** | **74** |
| 12 | **Виды и типы продукции или услуги** | **74** |
|  |  | 12.1.1 | Основные финансовые показатели | 75 |
| 13 | **История развития в России** | **76** |
| 14 | **Географический охват** | **77** |
| 15 | **Виды и типы продукции или услуги** | **78** |
| 16 | **История развития** | **79** |
| 17 | **Географический охват** | **81** |
|  |  | 17.1.1 | Сравнительный анализ крупнейших игроков рынка. | 87 |
|  |  | 17.1.2 | Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями | 88 |
|  | 17.2 | *Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора* | *89* |
| 18 | **Основные параметры конкуренции** | 90 |
| 19 | **Описание профилей крупнейших компаний** | 91 |
| 20 | **Сравнительная характеристика основных розничных компаний на рынке** | 98 |
|  |  | 20.1 | Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими предприятиями розничного сектора | 102 |
| 21 | **Анализ потребителей** | **103** |
|  | 21.1 | *Описание потребителей* | *103* |
|  | 21.2 | *Сегментация потребителей с описанием и количественной оценкой сегментов* | *103* |
|  |  | 21.2.1 | B2C рынки | 103 |
|  |  | 21.2.2 | B2B рынки | 104 |
|  |  | 21.2.3 | Предпочтения потребителей | 105 |
| 22 | **Обобщающие выводы по отчету** | **108** |
|  | 22.1 | *Факторы, влияющие на развитие Рынка* | *108* |
|  |  | 22.1.1 | Сдерживающие факторы Рынка | 109 |
|  | 22.2 | *Анализ рисков* | *110* |
|  |  | 22.2.1 | Сдерживающие факторы Рынка/анализ рисков | 110 |
| 23 | **Общие выводы по отчету** | **112** |

 |
| Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков | Диаграмма 1. Динамика ВВП в текущих ценах в соответствии с методологией СНС 1993, 2014-2016 гг., трлн. руб. 9Диаграмма 2. Темпы роста промышленного производства, 2011-2016гг., % 11Диаграмма 3. Динамика объема инвестиций в основной капитал, 2010-2015 гг., трлн руб., % 13Диаграмма 4. Инфляция в 2011-2016 гг., % 14Диаграмма 5. Динамика оборота розничной торговли, 2011-2016 гг., трлн руб. 15Диаграмма 6. Динамика производства пищевых продуктов, включая напитки, и табака (в % к среднемесячному значению к 2013 году). 18Диаграмма 7. Динамика основного финансового показателя в отрасли, тыс руб. 19Диаграмма 8. Динамика рентабельности продаж в пищевой промышленности, % 20Диаграмма 9. Структура рынка тары и упаковки в 2014 году 25Диаграмма 10. Сегментация производимых соков на российском рынке, % 31Диаграмма 11. Структура рынка соков, % 33Диаграмма 12. Производство соков в РФ в 2010-2015 гг, 38Диаграмма 13. Производство соков по регионам РФ, % 38Диаграмма 14. Динамика объема рынка соков в 2013-2015 гг, (2016-2017 гг – прогноз), млрд. рублей 39Диаграмма 15. Структура российского производства безалкогольных напитков 2016г.,% 43Диаграмма 16. Структура рынка безалкогольных напитков в денежном выражении, 2016г., % 44Диаграмма 17. Сегменты упаковочных материалов для напитков, 2014г., % 46Диаграмма 18. Средние потребительские цены на газированную воду 2013-2017 гг., руб. 54Диаграмма 19. Объем российского производства безалкогольных напитков 2011-2016 гг., млн. декалитров, % 57Диаграмма 20. Российское производство газированной воды 2011-2016 гг., млн. полулитров, % 58Диаграмма 21. Российское производство газированной воды в разрезе регионов, % 60Диаграмма 22. Розничная продажа безалкогольных напитков 2013-2016 гг., млрд. руб., % 61Диаграмма 23. Доли регионов в объеме розничных продаж безалкогольных напитков, %, 2016г. 62Диаграмма 24. Розничная продажа безалкогольных напитков по кварталам 2013-2016гг., тыс. руб. 63Диаграмма 25. Каналы розничного сбыта безалкогольных напитков 2016г., % 70Диаграмма 26. Темпы роста продаж безалкогольных напитков в разрезе каналов продаж 2016г., % 70Диаграмма 27. Доли напитков по видам в продажах в натуральном выражении, 2016г., % 105Таблица 1. Динамика объема производства тары и упаковки из различных материалов в РоссииТаблица 2. Преимущества и недостатки различных видов упаковки для сокаТаблица 3. Ценовая сегментация на российском рынке соковТаблица 4. Оптовая стоимость безалкогольных напитков, руб.Таблица 5. Средняя цена за литр безалкогольного напитка, 2016г., руб.Таблица 6. Российское производство безалкогольных напитков в разрезе сегментов 2010-2016гг.Таблица 7. Основные розничные операторы на рынкеТаблица 8. Анализ параметров конкуренции основных розничных сетейТаблица 9. Анализ параметров конкуренции основных розничных сетей по формату магазиновТаблица 10. Сравнительная характеристика основных компаний розничного сектора на рынкеТаблица 11. Изменение продаж безалкогольных напитков по видам 2015-2016гг., %Таблица 12. STEP-анализ рынка безалкогольных напитковТаблица 13. Возможные риски, связанные с рынкомСхема 1. Классификация соков по виду используемого сырьяСхема 2. Классификация напитков в зависимости от содержания сокаСхема 3. Классификация упаковки для сока |
| Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба) | В печатном/ электронном формате |
| Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде) | ГИ рынок безалкогольных напитков 2017.pdf |

[Маркетинговое Агентство Step by Step](http://www.step-by-step.ru/) **специализируется** в области корпоративного маркетинга. Мы оказываем широкий спектр услуг отделам маркетинга коммерческих компаний, от проведения практически любых исследовательских работ до содействия в реализации маркетинговых планов компании в случае недостатка собственных ресурсов подразделения (например, в связи с открытием нового проекта или крупным мероприятием).

[Маркетинговое Агентство Step by Step](http://www.step-by-step.ru/) объединяет в себе такие качества как комплексный подход к задаче, свойственный управленческим консультантам, и владение современными методиками маркетинговых исследований, присущее исследовательским компаниям.

[Маркетинговое Агентство Step by Step](http://www.step-by-step.ru/) специализируется на следующих сегментах рынка:

* Рынок промышленных предприятий (Business-to-Business рынок)
* ИТТ – рынок
* Рынок торгово-розничных предприятий
* Рынок отдыха и развлечений
* Рынок предприятий малого бизнеса

[Маркетинговое Агентство Step by Step](http://www.step-by-step.ru/) – член **Национальной гильдии профессиональных консультантов, Гильдии маркетологов**, **Международной ассоциации ESOMAR.**