|  |  |
| --- | --- |
| **Название отчета** | **российский рынок чая 2017. тенденции рынка (выпуск 7)** |
| Название компании-исполнителя | Маркетинговое Агентство Step by Step |
| Дата выхода отчета | 23.01.2016 |
| Количество страниц | 95 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 российском рынке чая.  **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:**  В годы экономического подъема в стране производство чая на территории РФ увеличивалось. В 2012-2013 годах рост производства составлял ….% в год. Начиная с 2014 года, мы наблюдаем …. Сокращение составило в 2014-2015 годах ….%. В 2016 году тоже наблюдается спад, …. В России ежегодно производят около …. тонн чая.  В основном производства чая сконцентрировано на территории … федерального округа, там производится …% всего чая. На втором месте ..ФО – …%, и …% приходится на ….ФО. В остальных регионах чай практически не производится.  На динамику развития рынка косвенно указывает темпы розничных продаж. Объем розничных продаж чая в России составляет порядка ….рублей (по данным на 2015 год). Ежегодно наблюдается рост продаж в стоимостном выражении, во многом это обусловлено …... Учитывая, что рост цен на чай в 2015 году составил ….%, а объем продаж увеличился только на ….%, мы можем сказать, что наблюдается …. рынка в натуральном выражении.  Примерно …% розничных продаж чая приходится на три ФО – ….. |
| Подробное оглавление/содержание отчета | |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | | 1 | **Содержание** | | |  | | 2 | **Введение** | | | **5** | | 3 | **Методологическая часть** | | | **6** | |  | 3.1 | *Описание типа исследования* | | *6* | |  | 3.2 | *Объект исследования* | | *6* | |  | 3.3 | *Цели и задачи исследования* | | *6* | |  | 3.4 | *География исследования* | | *6* | |  | 3.5 | *Время проведения исследования* | | *6* | |  | 3.6 | *Методы сбора данных* | | *7* | | 4 | **Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок** | | | **8** | |  | 4.1 | *Общая экономическая ситуация* | | *8* | |  | 4.2 | *Динамика валового внутреннего продукта* | | *8* | |  | 4.3 | *Промышленное производство* | | *9* | |  | 4.4 | *Уровень инфляции* | | *10* | |  | 4.5 | *Уровень доходов населения* | | *12* | |  | 4.6 | *Инвестиции* | | *13* | |  | 4.7 | *Влияние макроэкономических факторов на развитие изучаемого рынка* | | *15* | |  | 4.8 | *Описание отрасли. Мировой рынок чая* | | *15* | |  | 4.9 | *Смежный рынок. Рынок кофе* | | *17* | | 5 | **Сегментация рынка** | | | **19** | |  | 5.1 | *Основные определения* | | *19* | |  | 5.2 | *Сегментирование продукции на рынке* | | *19* | |  |  | 5.2.1 | Сегментация по стране происхождения | 19 | |  |  | 5.2.2 | Тенденции в различных рыночных сегментах | 30 | |  | 5.3 | *Основные принципы ценообразования* | | *31* | |  |  | 5.3.1 | Ценовое сегментирование Продукции | 31 | |  | 5.4 | *Законодательная база* | | *36* | | 6 | **Основные количественные характеристики рынка** | | | **37** | |  | 6.1 | *Основные показатели российского производства* | | *37* | |  | 6.2 | *Динамика развития рынка. Объем и темпы роста* | | *41* | |  | 6.3 | *Прогноз развития рынка* | | *42* | |  | 6.4 | *Влияние сезонности на Рынок* | | *42* | |  | 6.5 | *Анализ импорта чая* | | *43* | |  |  | 6.5.1 | Объем импорта | 43 | |  |  | 6.5.2 | Структура импорта | 44 | |  |  | 6.5.3 | Поставщики импорта | 45 | |  |  | 6.5.4 | Цены | 46 | | 7 | **Сбытовая структура Рынка** | | | **47** | |  | 7.1 | *Цепочка движения товара* | | *47* | |  | 7.2 | *Краткое описание основных сегментов участников Рынка* | | *47* | |  |  | 7.2.1 | Производители Продукции | 47 | |  |  | 7.2.2 | Дистрибьюторы продукции | 48 | |  |  | 7.2.3 | Розничный сектор | 49 | | 8 | **Конкурентный анализ** | | | **50** | |  | 8.1 | *Конкуренция между крупнейшими производителями на рынке* | | *50* | |  |  | 8.1.1 | Основные производители | 50 | |  |  | 8.1.2 | Основные параметры конкуренции | 50 | |  |  | 8.1.3 | Описание профилей крупнейших компаний | 51 | |  | 8.2 | *Конкуренция между крупнейшими дистрибьюторами и оптовыми компаниями* | | *63* | |  | 8.3 | *Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора* | | *69* | |  |  | 8.3.1 | Резюме | 74 | | 9 | **Анализ потребителей** | | | **75** | |  | 9.1 | *Структура потребления по видам* | | *75* | |  | 9.2 | *Потребительские предпочтения по маркам продукции* | | *77* | |  | 9.3 | *Зависимость спроса на продукцию от различных характеристик потребителя* | | *77* | |  | 9.4 | *Количество Продукции потребляемого одним потребителем за единицу времени* | | *78* | |  |  | 9.4.1 | *Предпочтения потребителей чая (Москва)* | *78* | |  | 9.5 | *Основные тенденции в потребительском сегменте* | | *88* | | 10 | **Обобщающие выводы по отчету** | | | **90** | |  | 10.1 | *Анализ факторов внешней среды* | | *90* | |  |  | 10.1.1 | Сдерживающие факторы Рынка | 91 | |  | 10.2 | *Анализ рисков* | | *91* | |  | 10.3 | *Текущая ситуация и перспективы развития рынка* | | *95* | |
| Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков | Диаграмма 1. Динамика ВВП в текущих ценах, 2011 – 1 кв. 2016 гг. и прогноз на 2016 год, трлн. руб.  Диаграмма 2. Индекс промышленного производства, 2011-2015 гг., %  Диаграмма 3. Индекс производства РФ поквартальный 2015 – 2 кв. 2016 гг., в % к предыдущему периоду с начала года фактически  Диаграмма 4. Динамика темпов прироста цен на потребительские товары, 2011-2015 гг., %  Диаграмма 5. Динамика темпов прироста цен на промышленные товары, 2011-2015 гг., %  Диаграмма 6. Динамика среднедушевых денежных доходов населения, 2011 – 2015 (оценка) гг., руб./месяц  Диаграмма 7. Динамика объема инвестиций в основной капитал, 2011-2015 гг., трлн. руб., %  Диаграмма 8. Динамика производства чая на территории РФ в 2010-2016 гг., тыс. тонн  Диаграмма 9. Помесячная динамика производства чая на территории РФ в 2014-2016 гг., тыс. тонн  Диаграмма 10. Производства чая по округам в 2016 году, %  Диаграмма 11. Динамика розничных продаж чая в 2011-2016 гг., млрд. рублей  Диаграмма 12. Распределение розничных продаж чая по округам РФ, %  Диаграмма 13. Динамика импорта чая в Россию в 2010-2015 гг.  Диаграмма 14. Структура импорта чая в 2015 году, %  Диаграмма 15. Структура импорта чая по странам-поставщикам в 2015 гг., %  Диаграмма 16. Предпочтения россиян по виду чая, %  Диаграмма 17. Предпочтения россиян по видам чая, %  Диаграмма 18. Частота употребления чая жителями Москвы, %  Диаграмма 19. Частота покупки чая, %  Диаграмма 20. Мотивы потребления чая, %  Диаграмма 21. Предпочтения по видам чая, %  Диаграмма 22. Предпочтения по видам добавок к чаю, %  Диаграмма 23. Предпочтения потребителей чая по стране происхождения, %  Диаграмма 24. Предпочтения потребителей по видам чая, %  Диаграмма 25. Качество чая – это…, %  Диаграмма 26. Знание марок чая с подсказкой, %  Диаграмма 27. Знание рекламы (с подсказкой) различных марок чая, %  Диаграмма 28. Сценарий покупки чая, %  Диаграмма 29. Причины покупки чая, %  Таблица 1. Объем производства чая в разрезе стран, 2013г., тонн  Таблица 2. Ценовая сегментация на рынке чая  Таблица 3. Ценовая сегментация на рынке чая  Таблица 4. Динамика розничных цен на чай в 2013-2016 гг.  Таблица 5. Розничная цена на чай в различных регионах РФ в 2015 году, руб.  Таблица 6. Таможенные коды продукции  Таблица 7. Сравнительная характеристика основных производителей на рынке  Таблица 8. Чистая прибыль компаний, тыс. рублей  Таблица 9. Выручка за отчетный год, тыс. рублей  Таблица 10. Информация о дистрибьюторах чая, часть 1  Таблица 11. Информация о дистрибьюторах чая, часть 2  Таблица 12. Сравнительная характеристика дистрибьюторов чая  Таблица 13. Конкурентный анализ магазинов, специализирующихся на чае  Таблица 14. STEP-анализ рынка чая  Таблица 16. Возможные риски, связанные с рынком  Схема 1. Классификация чая по месту происхождения  Схема 2. Классификация чая по типу чайного листа и типу механической обработке  Схема 3. Классификация чая в зависимости от глубины биохимических процессов  Схема 4. Сегментирование чая по виду сырья  Схема 5. Сегментация чая по аромату  Схема 6. Виды вкусовых добавок к чаю  Схема 7. Сегментация чая по видам упаковки  Схема 8. Сегментация чая по видам упаковки  Схема 9. Цепочка движения чая на рынке  Схема 10. Структура российского рынка чая, %  Схема 11. Распределение марок по силе бренда |
| Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба) | В печатном/ электронном формате |
| Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде) | ГИ рынок чая 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.**