

РОССИЙСКИЙ РЫНОК БЕЗАЛКОГОЛЬНЫХ НАПИТКОВ В ПЕРИОД КРИЗИСА

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

Данное исследование подготовлено MA Step by Step исключительно в информационных целях. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. MA Step by Step не дает гарантии точности и полноты информации для любых целей. Информация, содержащаяся в исследовании, не должна быть прямо или косвенно истолкована покупателем, как рекомендательная к вложению инвестиций. MA Step by Step не несет ответственности за убытки или ущерб, причиненный вследствие использования информации исследования третьими лицами, а так же за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Данные материалы не могут распространяться без разрешения MA Step by Step.

**Дата выпуска отчета:
декабрь 2009 г.**

г. Москва

STEP BY STEP



| | |
|--|-----------|
| Содержание | |
| Аннотация..... | 5 |
| Полное содержание исследования..... | 6 |
| <i>Список диаграмм.....</i> | <i>9</i> |
| <i>Список таблиц.....</i> | <i>10</i> |
| <i>Список схем.....</i> | <i>12</i> |
| Выдержки из исследования..... | 13 |
| <i>Описание отрасли.....</i> | <i>13</i> |
| <i>Пищевая промышленность.....</i> | <i>13</i> |
| Объемы рынка..... | 13 |
| Темпы роста..... | 13 |
| Тенденции и прогнозы развития отрасли..... | 13 |
| <i>Описание влияющих Рынков.....</i> | <i>14</i> |
| Рынок упаковки..... | 14 |
| <i>Описание смежных рынков.....</i> | <i>14</i> |
| Рынок пива..... | 14 |
| Сегментация рынка..... | 15 |
| <i>Определение продукции.....</i> | <i>15</i> |
| <i>Сегментирование продукции по основным наименованиям.....</i> | <i>15</i> |
| Соки и сокосодержащие напитки..... | 15 |
| Сладкие газированные напитки..... | 15 |
| Минеральная и питьевая вода..... | 15 |
| Другие безалкогольные напитки..... | 15 |
| <i>Сегментирование Продукции по технологии производства или потребления.....</i> | <i>16</i> |
| <i>Сегментирование Продукции по маркам.....</i> | <i>16</i> |
| Сладкие газированные напитки..... | 16 |
| <i>Сегментирование Продукции по видам упаковки.....</i> | <i>17</i> |
| <i>Сегментирование по производителю.....</i> | <i>18</i> |
| <i>Ценовое сегментирование Продукции.....</i> | <i>18</i> |
| Соки..... | 18 |

| | |
|---|-----------|
| Сладкие газированные напитки | 18 |
| Питьевая и минеральная вода | 18 |
| Основные количественные характеристики Рынка | 19 |
| <i>Объем и емкость Рынка</i> | <i>19</i> |
| Объем Рынка в натуральном выражении..... | 19 |
| Объем Рынка в денежном выражении..... | 19 |
| Среднедушевое потребление безалкогольных напитков..... | 19 |
| Емкость Рынка | 20 |
| <i>Темпы роста Рынка</i> | <i>21</i> |
| <i>Влияние сезонности на Рынок.....</i> | <i>21</i> |
| <i>Прогноз развития Рынка</i> | <i>21</i> |
| Сбытовая структура Рынка | 22 |
| <i>Цепочка движения товара</i> | <i>22</i> |
| <i>Краткое описание основных сегментов участников Рынка</i> | <i>22</i> |
| Производители Продукции | 22 |
| Дистрибьюторы продукции | 22 |
| Розничный сектор..... | 23 |
| <i>Основные принципы ценообразования.....</i> | <i>23</i> |
| Объемы импорта и экспорта | 24 |
| <i>Минеральная газированная вода без добавления сахара.....</i> | <i>24</i> |
| Импорт..... | 24 |
| Экспорт..... | 25 |
| Соотношение импорта и экспорта | 26 |
| <i>Сладкие минеральные и газированные воды.....</i> | <i>26</i> |
| Импорт..... | 26 |
| Экспорт..... | 26 |
| Соотношение импорта и экспорта | 26 |
| <i>Фруктовые и овощные соки</i> | <i>26</i> |
| Импорт..... | 26 |
| Экспорт..... | 26 |
| Соотношение импорта и экспорта | 26 |
| Конкурентный анализ..... | 27 |

| | |
|--|-----------|
| Основные параметры конкуренции | 27 |
| Доли производителей в различных сегментах | 27 |
| Основные производители. Описание профилей крупнейших компаний | 28 |
| Сравнительный анализ крупнейших игроков рынка | 28 |
| <i>Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора</i> | <i>28</i> |
| Региональный охват розничных сетей | 28 |
| Сравнительная характеристика основных игроков продуктового ритейла | 28 |
| Анализ потребителей | 30 |
| <i>Описание потребителей</i> | <i>30</i> |
| <i>Сегментация потребителей с описанием и количественной оценкой сегментов</i> | <i>30</i> |
| В2С рынки | 30 |
| В2В рынки | 30 |
| Уровень потребления безалкогольных напитков | 30 |
| <i>Потребительские предпочтения по: видам, маркам Продукции или Услуги</i> | <i>31</i> |
| <i>Потребительские мотивации и поведение при покупке Продукции или Услуги</i> | <i>31</i> |

АННОТАЦИЯ

Цель исследования: **анализ текущей ситуации на рынке безалкогольных напитков в России.**

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

Кол-во страниц: 127 стр.

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 32 диаграммы, 37 таблиц, 2 схемы

ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

| | | | |
|---|---|---|----|
| 1 | Содержание | | 2 |
| 2 | Введение | | 6 |
| 3 | Методологическая часть | | 7 |
| | 3.1 | <i>Описание типа исследования</i> | 7 |
| | 3.2 | <i>Объект исследования</i> | 7 |
| | 3.3 | <i>Цели и задачи исследования</i> | 7 |
| | 3.4 | <i>География исследования</i> | 7 |
| | 3.5 | <i>Время проведения исследования</i> | 7 |
| | 3.6 | <i>Методы сбора данных</i> | 8 |
| 4 | Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок | | 9 |
| | 4.1 | <i>Общеэкономическая ситуация в России</i> | 9 |
| | 4.1.1 | Динамика валового внутреннего продукта | 9 |
| | 4.1.2 | Промышленное производство | 10 |
| | 4.1.3 | Уровень инфляции | 12 |
| | 4.1.4 | Уровень доходов населения | 14 |
| | 4.1.5 | Уровень безработицы | 15 |
| 5 | Описание отрасли | | 18 |
| | 5.1 | <i>Пищевая промышленность</i> | 18 |
| | 5.1.1 | Объемы рынка | 18 |
| | 5.1.2 | Темпы роста | 19 |
| | 5.1.3 | Тенденции и прогнозы развития отрасли | 20 |
| | 5.2 | <i>Описание влияющих Рынков</i> | 21 |
| | 5.2.1 | Рынок упаковки | 21 |
| | 5.3 | <i>Описание смежных рынков</i> | 26 |
| | 5.3.1 | Рынок пива | 26 |
| 6 | Сегментация рынка | | 36 |
| | 6.1 | <i>Определение продукции</i> | 36 |
| | 6.2 | <i>Сегментирование продукции по основным наименованиям</i> | 36 |
| | 6.2.1 | Соки и сокосодержащие напитки | 36 |
| | 6.2.2 | Сладкие газированные напитки | 43 |
| | 6.2.3 | Минеральная и питьевая вода | 45 |
| | 6.2.4 | Другие безалкогольные напитки | 45 |
| | 6.3 | <i>Сегментирование Продукции по технологии производства или потребления</i> | 46 |
| | 6.4 | <i>Сегментирование Продукции по маркам</i> | 47 |

| | | | |
|-----|--|---|----|
| | 6.4.1 | Соки и сокосодержащие напитки | 47 |
| | 6.4.2 | Сладкие газированные напитки | 49 |
| 6.5 | <i>Сегментирование Продукции по видам упаковки</i> | | 50 |
| 6.6 | <i>Сегментирование по производителю</i> | | 53 |
| 6.7 | <i>Ценовое сегментирование Продукции</i> | | 53 |
| | 6.7.1 | Соки | 53 |
| | 6.7.2 | Сладкие газированные напитки | 54 |
| | 6.7.3 | Питьевая и минеральная вода | 55 |
| 6.8 | <i>Тенденции различных сегментов Продукции</i> | | 56 |
| | 6.8.1 | Тенденции в сегментах различных видов Продукции | 56 |
| | 6.8.2 | Тенденции в сегментах упаковки | 57 |
| | 6.8.3 | Тенденции в ценовых сегментах | 58 |
| 7 | Основные количественные характеристики Рынка | | 59 |
| | 7.1 | <i>Объем и емкость Рынка</i> | 59 |
| | 7.1.1 | Объем Рынка в натуральном выражении | 59 |
| | 7.1.2 | Объем Рынка в денежном выражении | 60 |
| | 7.1.3 | Среднедушевое потребление безалкогольных напитков | 61 |
| | 7.1.4 | Емкость Рынка | 62 |
| | 7.2 | <i>Темпы роста Рынка</i> | 63 |
| | 7.3 | <i>Влияние сезонности на Рынок</i> | 63 |
| | 7.4 | <i>Прогноз развития Рынка</i> | 63 |
| 8 | Сбытовая структура Рынка | | 65 |
| | 8.1 | <i>Цепочка движения товара</i> | 65 |
| | 8.2 | <i>Краткое описание основных сегментов участников Рынка</i> | 67 |
| | 8.2.1 | Производители Продукции | 67 |
| | 8.2.2 | Дистрибьюторы продукции | 68 |
| | 8.2.3 | Розничный сектор | 69 |
| | 8.3 | <i>Основные принципы ценообразования</i> | 71 |
| 9 | Объемы импорта и экспорта | | 73 |
| | 9.1 | <i>Минеральная газированная вода без добавления сахара</i> | 73 |
| | 9.1.1 | Импорт | 73 |
| | 9.1.2 | Экспорт | 75 |
| | 9.1.3 | Соотношение импорта и экспорта | 76 |
| | 9.2 | <i>Сладкие минеральные и газированные воды</i> | 76 |
| | 9.2.1 | Импорт | 76 |
| | 9.2.2 | Экспорт | 78 |
| | 9.2.3 | Соотношение импорта и экспорта | 79 |

| | | | | |
|----|------------------------|--|---|-----|
| | 9.3 | <i>Фруктовые и овощные соки</i> | | 79 |
| | | 9.3.1 | Импорт | 79 |
| | | 9.3.2 | Экспорт | 81 |
| | | 9.3.3 | Соотношение импорта и экспорта | 82 |
| 10 | Конкурентный анализ | | | 83 |
| | | 10.1.1 | Основные параметры конкуренции | 83 |
| | | 10.1.2 | Доли производителей в различных сегментах | 83 |
| | | 10.1.3 | Основные производители. Описание профилей крупнейших компаний | 87 |
| | | 10.1.4 | Основные финансовые показатели | 89 |
| | | 10.1.5 | Сравнительный анализ крупнейших игроков рынка | 102 |
| | | 10.1.6 | Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями | 105 |
| | 10.2 | <i>Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора</i> | | 106 |
| | | 10.2.1 | Основные игроки | 106 |
| | | 10.2.2 | Региональный охват розничных сетей | 108 |
| | | 10.2.3 | Сравнительная характеристика основных игроков продуктового ритейла | 108 |
| | | 10.2.4 | Тенденции на рынке продуктового ритейла | 111 |
| 11 | Анализ потребителей | | | 113 |
| | 11.1 | <i>Описание потребителей</i> | | 113 |
| | 11.2 | <i>Сегментация потребителей с описанием и количественной оценкой сегментов</i> | | 114 |
| | | 11.2.1 | B2C рынки | 114 |
| | | 11.2.2 | B2B рынки | 118 |
| | 11.3 | <i>Уровень потребления безалкогольных напитков</i> | | 119 |
| | 11.4 | <i>Потребительские предпочтения по: видам, маркам Продукции или Услуги</i> | | 119 |
| | | 11.4.1 | Соки и сокосодержащие напитки | 119 |
| | | 11.4.2 | Сладкие газированные напитки | 120 |
| | | 11.4.3 | Питьевая и минеральная вода | 121 |
| | 11.5 | <i>Потребительские мотивации и поведение при покупке Продукции или Услуги</i> | | 123 |
| | 11.6 | <i>Основные тенденции в потребительском сегменте</i> | | 124 |
| 12 | Общие выводы по отчету | | | 126 |

СПИСОК ДИАГРАММ

Диаграмма 1. Динамика объема ВВП в 2002 – III квартале 2009 гг., млрд. Руб.

Диаграмма 2. Динамика обрабатывающих производств, в % к соответствующему периоду предыдущего года

Диаграмма 3. Уровень инфляции 2003 – 2009 (прогноз) гг., %

Диаграмма 4. Динамика среднемесячной номинально начисленной заработной платы, тыс. Руб.

Диаграмма 5. Динамика реально располагаемых денежных доходов населения, % к соответствующему периоду предыдущего года

Диаграмма 6. Динамика численности безработных в 2009 году, тыс. Чел.

Диаграмма 7. Объем реализации пищевых продуктов, включая напитки и табак 2008-2009 гг., млн. Руб.

Диаграмма 8. Темпы роста пищевой промышленности в 2000-2008 гг.

Диаграмма 9. Структура российского рынка упаковки по назначению

Диаграмма 10. Рост мирового рынка упаковочных материалов 2004-2009 гг.

Диаграмма 11. Структура рынка пива по цвету в натуральном выражении, %

Диаграмма 12. Структура рынка пива по крепости в натуральном выражении, %

Диаграмма 13. Структура рынка пива по типу упаковки в натуральном выражении, %

Диаграмма 14. Структура рынка пива по типу упаковки в стоимостном выражении, %

Диаграмма 15. Структура рынка пива по ценовым сегментам в натуральном выражении, %

Диаграмма 16. Доли основных сегментов соковой продукции, %

Диаграмма 17. Структура рынка 100% соков по вкусам, I полугодие, 2009

Диаграмма 18. Структура рынка нектаров по вкусам, I полугодие, 2009

Диаграмма 19. Структура рынка сокосодержащих напитков по вкусам, I полугодие, 2009

Диаграмма 20. Структура рынка морсов по вкусам, I полугодие, 2009

Диаграмма 21. Структура рынка сладких газированных напитков по вкусам, I полугодие, 2009 год

Диаграмма 22. Структура рынка соков Москвы и Подмосковья по производителю, %

Диаграмма 23. Стоимостная структура рынка соков

Диаграмма 24. Стоимостная структура рынка питьевой и минеральной воды, %

Диаграмма 25. Объем рынка безалкогольных напитков в натуральном выражении, млн.л.

Диаграмма 26. Производство безалкогольных напитков в России 2002-2008 гг. (в декалитрах)

Диаграмма 27. Потребление газированных напитков по странам, в литрах/евро

Диаграмма 28. Доля рынка продуктового ритейла, %

Диаграмма 29. Доля потребителей безалкогольных напитков в динамике 2000-2007гг., %

Диаграмма 30. Частота покупки соковой продукции, % от числа покупателей

Диаграмма 31. Частота покупки безалкогольных газированных напитков, % от числа покупателей

Диаграмма 32. Предпочтения потребителей по видам воды, %

СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. ВВП и Индекс промышленного производства за январь-ноябрь 2008-2009 г, % к соответствующему периоду предыдущего год

Таблица 2. Структура рынка нектаров по маркам. Городская Россия

Таблица 3. Структура рынка сокосодержащих напитков по маркам. Городская Россия

Таблица 4. Структура рынка газированных напитков по маркам. Городская Россия

Таблица 5. Структура рынка кваса по маркам. Городская Россия

Таблица 6. Структура рынка безалкогольных газированных напитков по типам и объемам упаковки

Таблица 7. Емкость рынка безалкогольных напитков в различных сегментах 2007-2009 гг, млн.дал.

Таблица 8. Категории продукции в таможенных базах

Таблица 9. Основные страны-импортеры минеральной газированной воды без добавления сахара

Таблица 10. Основные страны-производители минеральной газированной воды без добавления сахара

Таблица 11. Основные страны-экспортеры минеральной газированной воды без добавления сахара

Таблица 12. Основные страны-производители экспорта минеральной газированной воды без добавления сахара

Таблица 13. Соотношение импорта и экспорта минеральной газированной воды без добавления сахара

Таблица 14. Основные страны-импортеры сладкой минеральной газированной воды

Таблица 15. Основные страны-производители сладкой минеральной газированной воды

Таблица 16. Основные страны-экспортеры сладкой минеральной газированной воды

Таблица 17. Основные страны-производители экспорта сладкой минеральной газированной воды

Таблица 18. Соотношение импорта и экспорта сладкой минеральной газированной воды

Таблица 19. Основные страны-импортеры фруктовых и овощных соков

Таблица 20. Основные страны-производители фруктовых и овощных соков

Таблица 21. Основные страны-экспортеры фруктовых и овощных соков

Таблица 22. Основные страны-производители экспорта фруктовых и овощных соков.

Таблица 23. Соотношение импорта и экспорта фруктовых и овощных соков

Таблица 24. Доли производителей на рынке Ice Tea. 13 городов

Таблица 25. Доли производителей на рынке безалкогольных газированных напитков. 10 городов

Таблица 26. Доли производителей на рынке кваса (бутилированного). 10 городов

Таблица 27. Доли производителей на рынке 100% соков. Городская Россия

Таблица 28. Доли производителей на рынке нектаров. Городская Россия

Таблица 29. Доли производителей на рынке сокосодержащих напитков (с содержанием сока от 10% до 25%). Городская Россия

Таблица 30. Доли производителей на рынке колы, 10 городов

Таблица 31. Доли производителей на рынке морсов. Городская Россия

Таблица 32. Основные финансовые показатели ООО «Кока-Кола эйчбиси Евразия»

Таблица 33. Основные финансовые показатели ООО «пепсико Холдингс»

Таблица 34. Основные финансовые показатели ОАО «Лебедянский»

Таблица 35. Основные финансовые показатели «Вимм-Биль-Данн»

Таблица 36. Сравнительная характеристика игроков рынка по основным параметрам

Таблица 37. Сравнительная характеристика основных игроков продуктового ритейла

СПИСОК СХЕМ

Схема 1. Сегментация соковой продукции

Схема 2. Структура сбыта рынка безалкогольных напитков.

ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

ОПИСАНИЕ ОТРАСЛИ

ПИЩЕВАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ

Производство безалкогольных напитков является одной из отраслей пищевой промышленности.

Пищевая промышленность — отрасль лёгкой промышленности, совокупность производств пищевых продуктов в готовом виде или в виде полуфабрикатов, а также табачных изделий.

ОБЪЕМЫ РЫНКА

По данным Росстата пищевая отрасль включает в себя порядка 50 тысяч действующих предприятий (в том числе предприятия, выпускающие напитки, табак), среднегодовая численность составляла почти 1,5 млн. человек.

По предварительным данным Росстата, объем отгруженной продукции пищевой отрасли в 2008 году составил ... **миллиарда рублей**, а за первые девять месяцев 2009 года было продано продукции на ... **миллиардов рублей**.

....

ТЕМПЫ РОСТА

В 2008 году по отношению к 2007 году, объемы выпуска пищевых продуктов выросли на ...% (в 2007 г. к 2006 г. на 6,1%).

....

ТЕНДЕНЦИИ И ПРОГНОЗЫ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ

Министерство экономического развития (МЭР) РФ прогнозирует рост объемов производства пищевой продукции, включая напитки, и табака к 2012 году на ...% по сравнению с 2008 годом.

...

ОПИСАНИЕ ВЛИЯЮЩИХ РЫНКОВ

РЫНОК УПАКОВКИ

В позиционировании и продвижении безалкогольной продукции первостепенную роль играет упаковка. Российский рынок упаковки является одним из наиболее динамичных. Такое положение напрямую связано с обстановкой на смежных с ним рынках потребляющих отраслей, и прежде всего в пищевой промышленности, на долю которой приходится около ...% рынка потребительской упаковки. В 2008 году этот сегмент вырос на ...%.

ОПИСАНИЕ И СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА

....

ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ РЫНКА

.....

ТЕМПЫ РОСТА

....

ТЕНДЕНЦИИ И ПРОГНОЗЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА

....

ОПИСАНИЕ СМЕЖНЫХ РЫНКОВ

РЫНОК ПИВА

Пиво является слабоалкогольным напитком и, также как и безалкогольные напитки, обладает свойством утолять жажду. Поэтому рынок пива можно считать конкурирующим с рассматриваемым рынком безалкогольных напитков.

ОПИСАНИЕ И СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА

.....

ОБЪЕМ И ЕМКОСТЬ РЫНКА

.....

ТЕМПЫ РОСТА

....

ТЕНДЕНЦИИ И ПРОГНОЗЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА

.....

СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПРОДУКЦИИ

Безалкогольные напитки — большая группа вкусовых товаров, не содержащих алкоголь, используемая в основном для утоления жажды. Наряду с высоким содержанием воды, в состав большинства напитков входят сахара и другие экстрактивные вещества, поступающие в готовый продукт вместе с соками, морсами, экстрактами, настоями и т. п.

В их состав входят минеральные вещества, органические кислоты, красящие, ароматические вещества и др.

Освежающий эффект безалкогольных напитков обусловлен содержащейся в них углекислотой и органическими кислотами, добавленными или образующимися в процессе приготовления напитков.

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПРОДУКЦИИ ПО ОСНОВНЫМ НАИМЕНОВАНИЯМ

Весь рынок безалкогольных напитков можно разделить на следующие крупные сегменты:

1. Соки и сокосодержащие напитки
2. Сладкие газированные напитки (CFD)
3. Минеральная и питьевая вода

Соки и сокосодержащие напитки

....

Сладкие газированные напитки

....

Минеральная и питьевая вода

....

Другие безалкогольные напитки

....

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПРОДУКЦИИ ПО ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА ИЛИ ПОТРЕБЛЕНИЯ

По степени насыщения диоксидом углерода (CO₂) жидкие напитки подразделяют на типы:

- сильногазированные;
- среднегазированные;
- слабогазированные;
- негазированные.

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПРОДУКЦИИ ПО МАРКАМ

Рассмотрим структуру рынка соковой продукции в сегментах:

- 100% соки
- Нектары
- Сокодержательные напитки
- Морсы

ТАБЛИЦА 2. СТРУКТУРА РЫНКА 100% СОКОВ ПО МАРКАМ. ГОРОДСКАЯ РОССИЯ

| Марка | I полугодие, 2009 |
|------------------------------|-------------------|
| Моя Семья, Нидан | |
| Добрый, Мултон | |
| Тонус, Лебедянский | |
| Фруктовый Сад, Лебедянский | |
| Привет, Лебедянский | |
| J-7, Вимм-Билль-Данн | |
| Любимый Сад, Вимм-Билль-Данн | |
| Я, Лебедянский | |
| Красавчик, СанФрутТрейд | |
| Rich, Мултон | |
| Другие | |
| Итого | 100,0 |

Источник: Business Analytica аудит розничной торговли

.....

СЛАДКИЕ ГАЗИРОВАННЫЕ НАПИТКИ

Рассмотрим структуру рынка сладких газированных напитков в сегментах:

- Лимонад
- Квас

ТАБЛИЦА 1. СТРУКТУРА РЫНКА ГАЗИРОВАННЫХ НАПИТКОВ ПО МАРКАМ.
Городская Россия

| Марка | I полугодие, 2009 |
|--------------------------------------|-------------------|
| Соса-Cola, Соса-Cola | |
| Pepsi, ПепсиКо | |
| Sprite, Соса-Cola | |
| Fanta, Соса-Cola | |
| Напитки компании ОСТ- АКВА, ОСТ-Аква | |
| Schweppes, Соса-Cola | |
| 7UP, ПепсиКо | |
| Фиеста (лим.), ПепсиКо | |
| Миринда, ПепсиКо | |
| Фруктайм (лим.), Соса-Cola | |
| Другие | |
| Итого | 100,0 |

Источник: Business Analytica аудит розничной торговли

....

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПРОДУКЦИИ ПО ВИДАМ УПАКОВКИ

....

ТАБЛИЦА 2. СТРУКТУРА РЫНКА БЕЗАЛКОГОЛЬНЫХ ГАЗИРОВАННЫХ НАПИТКОВ ПО
ТИПАМ И ОБЪЕМАМ УПАКОВКИ

| Типы/объемы упаковки | Доля по объему, % 2007 |
|----------------------|------------------------|
| | |
| | |
| | |
| | |

Источник: Журнал «4 Р»

....

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПО ПРОИЗВОДИТЕЛЮ

.....

Около ...% ассортимента – продукция российских производителей. На долю стран дальнего зарубежья (Польша, Австрия, Швейцария, Израиль, Германия, Бельгия, Франция) приходится ...%. Из ближнего зарубежья (Армения, Азербайджан, Литва) привозят ...% всех соков, нектаров и сокосодержащих напитков.

ЦЕНОВОЕ СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПРОДУКЦИИ

Соки

.....

СЛАДКИЕ ГАЗИРОВАННЫЕ НАПИТКИ

.....

ПИТЬЕВАЯ И МИНЕРАЛЬНАЯ ВОДА

.....

ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА

ОБЪЕМ И ЕМКОСТЬ РЫНКА

ОБЪЕМ РЫНКА В НАТУРАЛЬНОМ ВЫРАЖЕНИИ

...

По данным Euromonitor International в 2008 году объем рынка безалкогольных напитков составил ... миллиардов литров. Из которых ... миллиардов литров пришлось на газированные напитки, ... млрд.л. – на соки и ... млрд.л. – на бутилированную воду.

РОССИЙСКОЕ ПРОИЗВОДСТВО

....

По данным Росстата, в период с 2002 по 2008 г. производство безалкогольных напитков в России увеличилось более чем в 2 раза и достигло ... миллионов декалитров. В 2008 г. произошло незначительное снижение производства на ...%.

ОБЪЕМ РЫНКА В ДЕНЕЖНОМ ВЫРАЖЕНИИ

По разным оценкам экспертов, рынок безалкогольных напитков в 2008 году составил около ... миллиардов долларов в денежном выражении.

По оценке УК «Финам Менеджмент», объем российского рынка бутилированной питьевой и минеральной воды в денежном выражении в 2008 году составил около ... миллиардов долларов.

По данным исследования BusinesStat, объем российского рынка соков в 2008 г. составил ... миллиард рублей, сократившись на 39% по сравнению с предыдущим годом.

СРЕДНЕДУШЕВОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ БЕЗАЛКОГОЛЬНЫХ НАПИТКОВ

Российский рынок **газированных напитков** был самым крупным в Восточной Европе – как по объему, так и по стоимости. Однако показатели

подушевого потребления были значительно ниже, чем в большинстве восточноевропейских стран.

Средний россиянин в 2008 году потратил ... евро на 26 литров газированных напитков, при этом в Чехии аналогичные показатели составили соответственно 83 евро и 70 литров, а в Болгарии – 42 евро и 71 литр.

Среднее потребление **сока** на душу населения в целом по России в 2008 составило около ... литров в год, за последние годы оно впервые сократилось....

ЕМКОСТЬ РЫНКА

В стоимостном выражении емкость российского рынка газированных напитков по состоянию на 2008 год оценивалась примерно в ... млрд. евро.

Емкость рынка в натуральном выражении представлена в таблице.

Таблица 3. Емкость рынка безалкогольных напитков в различных сегментах 2007-2009 гг, млн.дал.

| Категория | 2007 | 2008 | 2009 |
|--|------|------|------|
| Рынок минеральной и питьевой воды (без учета воды в кулерах) | | | |
| Рынок Ice Tea | | | |
| Рынок безалкогольных газированных напитков (включая бутилированный квас) | | | |
| Рынок бутилированного кваса | | | |
| Рынок колы | | | |
| Рынок соков, нектаров, сокосодержащих напитков | | | |
| Рынок 100% соков | | | |
| Рынок нектаров | | | |
| Рынок сокосодержащих напитков (от 10 до 25% сока), включая морсы | | | |
| Рынок спортивных напитков | | | |
| Рынок энергетических напитков | | | |

Источник: оценки Business Analytica, 2009

...

ТЕМПЫ РОСТА РЫНКА

....

По данным Росстата, в 2008 г. снижение производства составило ...%.

По данным компании Tetra Pack, в 2008 году рынок соков и соковых напитков потерял в объеме ...%".

...

ВЛИЯНИЕ СЕЗОННОСТИ НА РЫНОК

....

ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ РЫНКА

По прогнозам Euromonitor International, до 2013 года на рынке безалкогольных напитков ожидается среднегодовой рост на ... и ...% – соответственно в натуральном и стоимостном выражении.

.....

СБЫТОВАЯ СТРУКТУРА РЫНКА

Жесткая конкуренция на рынке безалкогольных напитков заставляет уделять все больше внимания сбыту своей продукции – налаживанию дистрибуции, качественному трейд-маркетингу и отлаженной системе логистики.

....

ЦЕПОЧКА ДВИЖЕНИЯ ТОВАРА

Цепочка движения товара от производителя к конечному потребителю представлена в схеме 2.

....

КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ ОСНОВНЫХ СЕГМЕНТОВ УЧАСТНИКОВ РЫНКА

Производители Продукции

Российский соковый рынок – это, прежде всего, компании "Большой четверки" ("Лебедянский", "Вимм-Билль-Данн", "Мултон" и "Нидан"), которые борются за десятые доли рынка, в том числе при помощи глобальных игроков PepsiCo и Coca-Cola. Крупнейшие производители соков по итогам I половины 2009 года контролировали ...% рынка в стоимостном выражении (по оценке "Бизнес Аналитики"), кроме того, еще ...% пришлось на долю собственных торговых марок розничных сетей (по подсчетам Nielsen). Оставшиеся ...% рынка делят региональные соковые компании. На 50 игроков приходится около \$... миллионов.

....

ДИСТРИБЬЮТОРЫ ПРОДУКЦИИ

Крупные производители безалкогольных напитков, как правило, имеют свою собственную дистрибуторскую сеть. Они предпочитают работать с магазинами (сетевой розницей) напрямую. В связи с этим, оптовики вынуждены переходить на логистические формы взаимодействия с поставщиком: заниматься обработкой продукции, ее доставкой,

распределением. А маркетинговую функцию, которая ранее также принадлежала им, они оставляют теперь производителям товаров.

...

Розничный сектор

....

Основные принципы ценообразования

Конечная цена на воду и напитки в розничной точке формируется из отпускной цены, по которой производитель отгружает свою продукцию дистрибутору, сети или непосредственно розничной точке, маржи дистрибутора и наценки сети или мелкой розницы.

....

ОБЪЕМЫ ИМПОРТА И ЭКСПОРТА

Анализ информации по импорту и экспорту продукции проведен не только по открытым источникам, но и по данным баз таможенной статистики за 2009 год.

Рассматривалась продукция, включенная в следующие категории:

Таблица 4. КАТЕГОРИИ ПРОДУКЦИИ В ТАМОЖЕННЫХ БАЗАХ

| Код ТН ВЭД | Название категории |
|------------|--|
| 2201 | Воды, включая природные или искусственные минеральные, газированные, без добавления сахара или других подслащивающих или вкусо-ароматических веществ |
| 2202 | Воды, включая минеральные и газированные, содержащие добавки сахара или других подслащивающих или вкусо-ароматических веществ, и прочие безалкогольные напитки, за исключением фруктовых или овощных соков товарной позиции 2009 |
| 2009 | Соки фруктовые (включая виноградное сусло) и соки овощные, несброженные и не содержащие добавок спирта, с добавлением или без добавления сахара или других подслащивающих веществ |

Источник: МА Step by Step

Отметим, что данная информация позволяет сделать вывод только по «белому» импорту и экспорту, то есть той его части, которая на законных основаниях завозится и вывозится и страны.

МИНЕРАЛЬНАЯ ГАЗИРОВАННАЯ ВОДА БЕЗ ДОБАВЛЕНИЯ САХАРА

ИМПОРТ

Рассмотрим основные страны-импортеры минеральной газированной воды без добавления сахара.

Таблица 5. ОСНОВНЫЕ СТРАНЫ-ИМПОРТЕРЫ МИНЕРАЛЬНОЙ ГАЗИРОВАННОЙ ВОДЫ БЕЗ ДОБАВЛЕНИЯ САХАРА

| страна-производитель импорта | кг | кг (%) | \$ | \$(%) | цена \$/кг |
|------------------------------|----|--------|----|-------|------------|
| Франция | | | | | |
| Польша | | | | | |
| Украина | | | | | |

| | | | | | |
|--------------|--|-------------|--|-------------|--|
| Армения | | | | | |
| Нидерланды | | | | | |
| Словения | | | | | |
| Италия | | | | | |
| Германия | | | | | |
| Словакия | | | | | |
| Литва | | | | | |
| Другие | | | | | |
| итого | | 100% | | 100% | |

Источник: Таможенные базы, 2009 год

....

ЭКСПОРТ

Рассмотрим основные страны экспорта питьевой воды без добавления сахара.

ТАБЛИЦА 6. ОСНОВНЫЕ СТРАНЫ-ЭКСПОРТЕРЫ МИНЕРАЛЬНОЙ ГАЗИРОВАННОЙ ВОДЫ БЕЗ ДОБАВЛЕНИЯ САХАРА

| Страна-производитель импорта | кг | кг (%) | \$ | \$(%) | цена \$/кг |
|------------------------------|----|-------------|----|-------------|------------|
| Казахстан | | | | | |
| Китай | | | | | |
| Корея, республика | | | | | |
| Япония | | | | | |
| Азербайджан | | | | | |
| Украина | | | | | |
| Таиланд | | | | | |
| Абхазия | | | | | |
| Иран | | | | | |
| Вьетнам | | | | | |
| Другие | | | | | |
| Итого | | 100% | | 100% | |

Источник: Таможенные базы, 2009 год

....

СООТНОШЕНИЕ ИМПОРТА И ЭКСПОРТА

Рассмотрим соотношение импорта и экспорта минеральной газированной воды без добавления сахара.

ТАБЛИЦА 7. СООТНОШЕНИЕ ИМПОРТА И ЭКСПОРТА МИНЕРАЛЬНОЙ ГАЗИРОВАННОЙ ВОДЫ БЕЗ ДОБАВЛЕНИЯ САХАРА

| | л | л (%) | \$ | \$(%) |
|-------------------|---|-------------|----|-------------|
| Импорт | | | | |
| Экспорт | | | | |
| Общий итог | | 100% | | 100% |

Источник: Таможенные базы, 2009 год

....

СЛАДКИЕ МИНЕРАЛЬНЫЕ И ГАЗИРОВАННЫЕ ВОДЫ

ИМПОРТ

....

ЭКСПОРТ

....

СООТНОШЕНИЕ ИМПОРТА И ЭКСПОРТА

....

ФРУКТОВЫЕ И ОВОЩНЫЕ СОКИ

ИМПОРТ

ЭКСПОРТ

СООТНОШЕНИЕ ИМПОРТА И ЭКСПОРТА

КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ

ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ КОНКУРЕНЦИИ

Конкуренция на Рынке проходит по следующим параметрам:

- Цена продукции
- Известность бренда
- Качество продукции
- Ассортимент продукции
- География охвата
- Фасовка и упаковка

ДОЛИ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ В РАЗЛИЧНЫХ СЕГМЕНТАХ

По данным компания «Business Analytica» доли компаний по объему реализации в % в первом полугодии 2009 года распределились следующим образом.

ТАБЛИЦА 8. ДОЛИ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ НА РЫНКЕ ICE TEA. 13 ГОРОДОВ

| Компания | I полугодие, 2009 |
|----------------------|-------------------|
| ПепсиКо | |
| Нестле | |
| Мултон | |
| Хэппилэнд | |
| Нидан | |
| Сети (частные марки) | |
| Радуга Боттлерс | |
| Вимм-Билль-Данн | |
| Фонте Аква | |
| Слимкомпани | |
| Другие | |
| Итого | 100,0 |

Источник: Business Analytica аудит розничной торговли

....

ОСНОВНЫЕ ПРОИЗВОДИТЕЛИ. ОПИСАНИЕ ПРОФИЛЕЙ КРУПНЕЙШИХ КОМПАНИЙ

....

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ КРУПНЕЙШИХ ИГРОКОВ РЫНКА

Сравнительный анализ крупнейших игроков рынка представлен в таблице.

ТАБЛИЦА 9. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ИГРОКОВ РЫНКА ПО ОСНОВНЫМ ПАРАМЕТРАМ

| Компании | Год основания | Географический охват | Оборот, 2008 г. | Ассортимент продукции | Основные бренды | Прогнозы развития | Сильные стороны |
|----------|---------------|----------------------|-----------------|-----------------------|-----------------|-------------------|-----------------|
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |

Источник: МА Step by Step

...

КОНКУРЕНЦИЯ МЕЖДУ КРУПНЕЙШИМИ КОМПАНИЯМИ РОЗНИЧНОГО СЕКТОРА

.....

РЕГИОНАЛЬНЫЙ ОХВАТ РОЗНИЧНЫХ СЕТЕЙ

....

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНЫХ ИГРОКОВ ПРОДУКТОВОГО РИТЕЙЛА

ТАБЛИЦА 10. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНЫХ ИГРОКОВ ПРОДУКТОВОГО РИТЕЙЛА

| Основные игроки | Оборот организации, 2008 | Темпы роста, % | Кол-во магазинов | Магазины | Формат магазина | География бизнеса | Планы развития |
|-----------------|--------------------------|----------------|------------------|----------|-----------------|-------------------|----------------|
| | | | | | | | |

Маркетинговое Агентство Step by Step

125993, г. Москва, ул. Чайнова, д. 15 к.5, 9-й этаж
Тел. (495)250-6174, (495)760-5073 www.step-by-step.ru



| | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |

Источник: аналитический отдел Step-by-step

АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

ОПИСАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Рассмотрим потребителей рынка безалкогольных напитков исходя из следующих сегментов:

- Рынок соков и сокосодержащих напитков
- Рынок сладких газированных напитков
- Рынок минеральной и питьевой воды

....

СЕГМЕНТАЦИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ С ОПИСАНИЕМ И КОЛИЧЕСТВЕННОЙ ОЦЕНКОЙ СЕГМЕНТОВ

В2С РЫНКИ

Потребителей безалкогольных напитков можно сегментировать в зависимости от:....

РЫНОК СОКОВ И СОКОСОДЕРЖАЩИХ НАПИТКОВ

....

РЫНОК СЛАДКИХ ГАЗИРОВАННЫХ НАПИТКОВ

....

РЫНОК ПИТЬЕВОЙ И МИНЕРАЛЬНОЙ ВОДЫ

....

В2В РЫНКИ

Потребителем в сегменте В2В может являться как специализированная компания, закупающая безалкогольные напитки для бизнеса, так и любая организация, закупающая питьевую воду для сотрудников.

...

УРОВЕНЬ ПОТРЕБЛЕНИЯ БЕЗАЛКОГОЛЬНЫХ НАПИТКОВ

....

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПО: ВИДАМ, МАРКАМ Продукции или Услуги

РЫНОК СОКОВ И СОКОСОДЕРЖАЩИХ НАПИТКОВ

....

РЫНОК СЛАДКИХ ГАЗИРОВАННЫХ НАПИТКОВ

....

РЫНОК ПИТЬЕВОЙ И МИНЕРАЛЬНОЙ ВОДЫ

....

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ МОТИВАЦИИ И ПОВЕДЕНИЕ ПРИ ПОКУПКЕ Продукции или Услуги

....

По поводу приобретения готовых аналитических отчетов МА Step by Step обращайтесь к менеджерам отдела развития (e-mail: info@step-by-step.ru) или по телефонам (495) 760-50-73, 8 (903) 240-00-88