Маркет
Аналитика

ДЕМО-ВЕРСИЯ
РОССИЙСКИЙ РЫНОК ВОДКИ.
МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РЫНКА

Москва, июнь 2012

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

СОДЕРЖАНИЕ

I. ВВЕДЕНИЕ

II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ВОДКИ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА ВОДКИ

1.1. Понятие услуги

1.2. Показатели социально-экономического развития

1.3. Мировой рынок водки

1.4. Российский рынок алкогольной продукции

1.5. Влияющие и смежные рынки

Рынок зерновых культур

Рынок тары и упаковки (стеклотара)

1.6. Резюме по разделу

2. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА ВОДКИ

2.1. Сегментация Рынка по основным видам продукции

2.2. Сегментация Рынка по видам упаковки

2.3. Ценовая сегментация и ценообразование на Рынке

2.4. Сезонность на Рынке

2.5. Резюме по разделу

3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА ВОДКИ

3.1. Объем производства

3.2. Объем импорта

3.3. Объем экспорта

3.4. Объем и темпы роста Рынка

3.5. Резюме по разделу

4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА ВОДКИ

4.1. Уровень конкуренции, параметры конкуренции

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

4.2. Описание профилей крупнейших игроков Рынка

CEDC («ГК «Русский алкоголь»)

ОАО «Синергия»

Группа заводов Василия Анисимова

ООО «Алкогольная сибирская группа»

«Татспиртпром»

4.3. Резюме по разделу

5. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ ВОДКИ

5.1. Особенности сбытовой политики на Рынке

5.2. Дистрибьюторы на российском рынке водки

5.3. Описание розничного сегмента

5.4. Нормативные документы, регулирующие деятельность на рынке

5.5. Основные каналы продвижения на рынке

5.6. Резюме по разделу

6. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА ВОДКИ

6.1. Описание потребителей на Рынке

6.2. Объем потребления на Рынке

6.3. Наиболее популярные марки водки на Рынке

6.4. Резюме по разделу

7. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

7.1. Основные тенденции Рынка

7.2. STEEPLE-анализ рынка

7.3. Риски и барьеры при выходе на рынок

IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

Приложение 1. Структура продаж водки по субъектам РФ в 2011г.

Приложение 2. Рейтинг производителей водки в РФ

Приложение 3. Ограничение времени розничной продажи алкогольной продукции в РФ

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Цель исследования

Изучение и анализ российского рынка водки: текущей ситуации, тенденций и перспектив его развития с учётом влияния кризиса

Задачи исследования

- Определить количественные показатели рынка
- Провести сегментацию и описать структуру рынка
- Дать характеристику сегментам рынка
- Провести конкурентный анализ рынка
- Провести анализ потребителей рынка
- Описать тенденции рынка, а также факторы, влияющие на развитие рынка
- Выявить перспективы развития рынка

Предмет исследования

Российский рынок водки (далее Рынок)

Методы сбора данных

Данное исследование было проведено кабинетным методом, который предполагает получение вторичной информации о рынке из открытых источников, а также консолидации уже имеющихся сведений об изучаемом рынке.

Источники информации

В качестве источников информации об изучаемом рынке были использованы следующие открытые источники:

- информационно-аналитические порталы, посвященные изучаемому рынку
- открытые статистические данные
- аналитические обзоры, включая профессиональные издания (СМИ)
- сайты поставщиков изучаемых услуг

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ВОДКИ

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА ВОДКИ

Внутренний валовой продукт (ВВП)

По данным «ФСГС РФ», объем **ВВП** России за 2011г. составил в текущих ценах …… млрд.руб. Индекс физического объема ВВП относительно 2010г. составил *****%. Индекс-дефлятор ВВП за 2011г. по отношению к ценам 2010г. составил *****%.

Диаграмма. Динамика ВВП за период 2007-2011гг., в текущих ценах, млрд. руб.

……

Источник: ……..

1.1. Мировой рынок водки

Ежегодно в мире потребляется **…. млрд. бутылок** водки общей стоимостью примерно **…. млрд. долл.** При этом особенность мирового водочного рынка состоит в том, что не менее 90% всей произведенной водки реализуется не более чем в десяти странах:

- ……

Диаграмма. Структура потребления водки по странам, %

……..

Источник: ……..

Ежегодно рынки водки в США и Западной Европе увеличиваются на **-**%.

Что касается **водочных марок**, то по версии авторитетного отраслевого журнала Drinks International, наиболее продаваемыми водочными марками в мире являются:

- Smirnoff (Diageo) – …. млн.дал
- Absolut (Pernod Ricard) – …. млн.дал
- Хлебный дар (Баядера) – …. млн.дал

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

Таблица. Самые продаваемые в мире водочные марки по итогам 2011г.

Бренд (компания производитель)	Объем пр-ва, млн.дал	Рост по итогам года, %

Источник: …….

1.2. Российский рынок алкогольной продукции

По данным «ФСГС РФ», в 2011г. оборот розничной торговли алкоголем в натуральном выражении составил - …….. млн. декалитров, что на ***% большее, чем в 2010 г. В данном случае под понятием «алкоголь» подразумеваются:

- …….

Диаграмма. Динамика продаж алкогольных напитков и пива населению в 2006-2011г.г., млн. дал.

……

Источник: ……

На протяжении всего 2011г. на рынке алкогольной продукции наблюдалась тенденция роста покупательского спроса. Наиболее динамично развивался сегмент шампанских и игристых вин – прирост составил около **%. Чуть менее активно развивались сегменты коньяка и пива (прирост составил * и *% соответственно).

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

Диаграмма. Структура продажи алкогольных напитков и пива, % к итогу (в абсолютном алкоголе)

……..

Источник: ……..

Наибольшую долю в структуре продаж занимает водка и ЛВИ – **%, а также пиво – **%. Замыкают тройку виноградные и плодовые вина – **%.

1.3. Влияющие и смежные рынки

Рынок зерновых культур

Диаграмма. Структура урожая по видам зерновых и зернобобовых культур в 2011г., %

……

Источник: ……

По данным «Минсельхоз России» «на мировом зерновом рынке Россия занимает порядка *%, по посевным площадям мы на уровне *%, а наши возможности по природным условиям - на уровне **%». По данным «ФСГС РФ» в 2011г. на долю зерновых культур приходилось около **% всех посевных площадей в РФ.

Диаграмма 1. Структура посевных площадей в РФ по видам с/х культур в 2011г., %

……

Источник: ……

После засушливого 2010г., когда урожай зерновых культур сократился на **% до …. млн.тонн, в 2011г. **валовой сбор зерна** увеличился на **%** до **…. млн. тонн.** Урожайность составила 22,4 ц/га против 18,3 ц/га в 2010 г.

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

Рынок тары и упаковки (стеклотара)

По методу изготовления стеклянная тара подразделяется:

- ……

Согласно данным «ФСГС РФ», после спада, вызванного экономическим кризисом, **производство стеклобутылок** в РФ постепенно выходит на докризисный уровень. Так, в январе-октябре 2011г. производство увеличилось на ***% до ….. млрд.шт.

Диаграмма. Динамика выпуска бутылок в РФ за 2006-2011г.г., млрд. шт.

……..

Источник: …….

Около **% всего производства стеклотары приходится на стеклянную бутылку, *% - производство стеклянных банок.

2. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА ВОДКИ

2.1. Сегментация Рынка по основным видам продукции

В зависимости от **вкусовых свойств водки**, можно выделить два основных ее вида:

1. Классическая водка
2. Вкусовая водка

Однако лидером Рынка является **классическая водка**, на долю которой приходится около **% Рынка.

Диаграмма. Структура Рынка по вкусам, %

……..

Источник: ……

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

2.2. Сегментация Рынка по видам упаковки

……..

2.3. Ценовая сегментация и ценообразование на Рынке

Принципы ценообразования на Рынке

Ценообразование на российском рынке водки зависит от нескольких факторов:

- ……..

В структуре стоимости водки, если взять минимальную цену … руб., … руб. …. коп. занимает акциз и порядка …-… руб. – НДС. Все остальное приходится на себестоимость, наценку производителя, а также оптовую и розничную наценку.

Ценовая сегментация Рынка

В отличие от европейского рынка, где водка представлена в трех ценовых сегментах: массовом, премиальном и суперпремиальном, в России существует шесть сегментов:

- ……

Таблица. Ценовая сегментация рынка водки в 2011г.

Сегмент	Ценовые границы

Источник: …….

Таблица. Доли основных ценовых сегментов рынка водки, %

Сегмент	Доля сегмента

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

Источник: ……..

По данным экспертов, премиальный сегмент занимает примерно **% от общего объема всей выпускаемой водочной продукции. В крупных городах, доля премиального сегмента может достигать **%, в то время как в небольших городах, премиальная продукция занимает от *% до **%.

Динамика цен на Рынке

Средний уровень потребительских цен на **водку обыкновенного качества** составил в мае 2012 г. около …. руб., что на **% больше уровня цен за аналогичный период прошлого года.

Диаграмма. Динамика средних потребительских цен на водку (обыкновенного качества) в 2011-2012 гг., руб. за литр

…….

Источник: …….

Средний уровень потребительских цен на водку повышенного качества составлял в мае 2012г. около ….. руб., темпы прироста цен, по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, составили ****%.

Диаграмма. Динамика средних потребительских цен на водку (повышенного качества) в 2011-2012 гг., руб. за литр

……

Источник: ……

Таким образом, цены на водку повышенного качества и обычную водку выросли примерно одинаково в 2012г. – на **-**%.

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

2.4. Сезонность на Рынке

……

3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА ВОДКИ

3.1. Объем производства

По данным «ФСГС РФ», в 2011г. **производство водки** в России сократилось на **% до **….. млн.дал**., хотя еще в 2010г. динамика производства была положительной – …. млн.дал. (**%).

Диаграмма. Объем производства водки в РФ в 2006-2011г.г., млн.дал

……

Источник: ……

Таблица. Крупнейшие заводы-производители водки в 2011г.

№	Предприятие (регион)	Бренды	Владельцы	Объем пр-ва в 2011г., млн дал	Изменение к 2010 году, %
1					
2					
3					
4					
5					

Источник: …..

Диаграмма. Крупнейшие заводы-производители водки в РФ в 2011г.г., % (в натуральном выражении)

……

Источник: …….

ЛВЗ «Топаз»

О компании

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

ЛВЗ «Топаз» основан в 1995г. В 2004г. предприятие вошло в состав ГК «Русский алкоголь» - лидера отечественного водочного рынка. Сегодня ЛВЗ «Топаз» – это мощный производственный комплекс, одно из самых современных предприятий России и один из крупнейших налогоплательщиков Московской области. Высокое качество продукции завода «Топаз» сертифицировано на соответствие ISO 9001 и HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point) английским органом по сертификации NQA. В ближайшее время предприятие получит сертификат ISO 22000.

Завод имеет десять современных высокотехнологичных линий розлива и уникальную установку «Ручей» - автоматизированный высокотехнологичный комплекс для производства водки, полностью исключающий вмешательство в процесс человеческого фактора. По технологии «Ручей» водка проходит серебряную и платиновую фильтрации.

Направления деятельности

Производство и реализация крепкого алкоголя:

Портфель брендов в сегменте водки

- ……..

Показатели деятельности

…….

Диаграмма. Объем производства водки на ЛВЗ «Топаз» в 2009-2011г.г., млн.дал

……..

Источник: …….

Преимущества

- ……

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

ОАО «Московский завод Кристалл»

О компании

Московский ликероводочный завод «Кристалл» был основан в 1901 году, а в 1993 году преобразован в организационно-правовую форму открытого акционерного общества. Завод располагается на территории общей площадью 8,6 га в Юго-Восточном округе Москвы, на берегу реки Яуза. Занимаемой местоположение обеспечило близость производственных мощностей предприятия к трем артезианским источникам, которые и в настоящее время являются основным источников воды для производства алкогольной продукции завода.

На предприятии действуют 11 полностью модернизированных линий по разливу водки, ликеров, настоек и наливок, а также линия по разливу слабоалкогольной продукции. Основной акцент делается на производство продукции из спирта класса «люкс».

В 2010г. российский предприниматель Василий Анисимов выкупил у банка «ВТБ» контрольные пакеты акций 11 алкогольных предприятий России, в том числе и «Московский завод «Кристалл»

Направления деятельности

- ……..

Портфель брендов в сегменте водки

- ……

Показатели деятельности

……..

Диаграмма. Объем производства водки на ОАО «Московский завод «Кристалл» в 2009-2011г.г., млн.дал

……

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

Источник: ……..

Преимущества

- ……

3.2. Объем импорта

По данным «ФТС РФ», в 2011г. на территорию РФ было ввезено **…. млн.дал** водки. По сравнению с 2010г. импорт сократился на *% (в 2010г. – …. млн.дал).

Диаграмма. Динамика импорта водки в 2009-2011г.г., млн. дал

…….
Источник: ……..

Согласно данным ILS, в 2011г. в Россию было ввезено .... млн.дал крепких алкогольных напитков, таким образом, на долю водки приходится около **% от общего объема ввезенного алкоголя.

Диаграмма. Структура импорта крепких алкогольных напитков в РФ в 2011г., % (в натуральном выражении)

…….
Источник: ……..

Среди **крупнейших экспортеров** крепких алкогольных напитков в РФ, лидером является Украина, на долю которой приходится более половины всего импорта КСН (****%). Также можно отметить следующие страны:

- …….

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

3.3. Объем экспорта

Как свидетельствуют данные «ФТС РФ», в 2011г. российские экспортеры увеличили поставки водки за рубеж на **% по сравнению с 2010 г., до **…. млн.дал** или примерно *% от общего объема производства.

Диаграмма. Динамика экспорта водки в 2006-2011г.г., млн.дал

…….

Источник: ……..

Объем экспорта российской водки в **стоимостном выражении** составил по итогам 2011г. …… млн. долл., увеличившись по сравнению с 2010 годом на **%.

Диаграмма. Динамика экспорта российской водки в стоимостном выражении, млн. долл.

…….

Источник: ……..

3.4. Объем и темпы роста Рынка

Диаграмма. Динамика продаж населению водки и ЛВИ в 2010-2011г.г., млн. дал.

…….

Источник: ……

Согласно данным «ФСГС РФ», в 2011г. объем продаж населению **водки** увеличился на *% до **….. млн. дал** (в 2010г. – ….. млн. дал.). В начале 2012г. положительная динамика продаж сохранилась. В период с января по март в России продано ….. млн.дал водки, что на ***% больше аналогичного периода прошлого года. (в Iкв. 2011г. – ….. млн.дал).

Диаграмма. Динамика розничных продаж водки в РФ в январе-март 2010-2012г., млн.дал

……

Источник: ……..

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

Наибольшая доля в структуре рынка водки принадлежит Центральному федеральному округу – ****% (в натуральном выражении). На втором и третьем местах по объему рынка следуют Приволжский и Сибирский федеральные округа, их доли составляют ****% и ****% соответственно.

.....

Таблица. Исходные данные для расчета объема рынка водки в 2010-2011г.г.

Параметры	2009г.	2010г.	2011г.

Источник: .....

Диаграмма. Объем рынка водки в 2009-2011г.г., млн.дал

…….

Источник: ……..

По оценке «Маркет Аналитика», **объем** российского рынка водки в 2011г. составил – … **млн.дал,** что на **% меньше, чем в 2010г., тогда показатель объема достиг отметки в ….. млн.дал. По всей видимости, данные «ФСГС РФ» включают в себя сегмент нелегальной продукции, тогда как «Маркет Аналитика» оценили легальный сегмент рынка.

4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА ВОДКИ

4.1. Уровень конкуренции, параметры конкуренции

Диаграмма. Крупнейшие производители водки в РФ в 2011г., % (в натуральном выражении)

……..

Источник: ……..

4.2. Описание профилей крупнейших игроков Рынка

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

CEDC («ГК «Русский алкоголь»)

www.cedc.com

www.rusalco.com

О компании

ЗАО «Группа компаний «Русский Алкоголь» было создано в сентябре 2003 года. На сегодняшний день производственными предприятиями Группы являются следующие предприятия:

- Ликероводочный завод «Топаз» (Московская область);
- Ликероводочный завод «Сибирский ЛВЗ» (Новосибирская область);
- Ликероводочный завод «Первый Купажный Завод» (Тула);
- «Парламент Продакшн»

В декабре 2009 г. владельцем 100% пакета акций Группы компаний «Русский Алкоголь» стала компания Central European Distribution Corporation.

Направления деятельности

- Крепкий алкоголь;
- Вино

Ассортиментный портфель и портфель брендов в сегменте водки

- ……

География деятельности

Производственные предприятия компании располагаются в Московской и Новосибирской областях, в Санкт-Петербурге и Туле, а также в Грузии. Продукция компании реализуется во всех регионах России.

Показатели деятельности

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

На сегодняшний день ЗАО «Группа компаний «Русский Алкоголь» - компания № 1 на российском рынке крепкого алкоголя:

- ……

Преимущества

- ……

Планы по развитию

- …….

ОАО «Синергия»

http://www.sygroup.ru/

О компании

ОАО «Синергия» - одна из лидирующих компаний российского алкогольного рынка, стратегическим направлением деятельности которой является выпуск ликероводочной продукции.

История компании «Синергия» берет свое начало в 1998 году. Юридически компания оформилась в 1999 году, когда было создано ОАО «Синергия-Восток». Центральная, управляющая компания ОАО «Синергия» зарегистрирована в декабре 2004 года. Начиная с 2002 года, «Синергия» концентрирует усилия на бизнес-направлении «Производство крепкого алкоголя». В настоящее время ОАО «Синергия» представляет собой холдинг, в который, в настоящее время, входят 7 ликероводочных и 1 спиртовой завод, а также ряд предприятий в области пищевой промышленности. В ОАО «Синергия» работают более 7000 сотрудников.

Направления деятельности

- Производство и дистрибуция спирта;

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

- Производство и дистрибуция ликероводочной продукции;
- Производство и дистрибуция продуктов питания:
    - Мяса птицы и его производных;
    - Мясных изделий;
    - Молочной продукции
    - Продукции из морепродуктов;
- Розничная торговля: в Дальневосточном регионе сформирована единая розничная сеть магазинов с преобладающим алкогольным ассортиментом под единым брендом – «Винные лавки Саввы Водочникова», основные города которой: Владивосток, Хабаровск, Находка, Уссурийск.

Ассортиментный портфель и портфель брендов в сегменте водки

- ……..

География деятельности

ОАО «Синергия» включает 16 предприятий в 7 регионах Российской Федерации. Среди предприятий компании производителями алкогольной продукции являются:

- ООО «Традиции качества» (г. Краснознаменск, Московская обл.);
- ОАО «Уссурийский бальзам» (г. Уссурийск);
- ОАО «Ликеро-водочный завод «Хабаровский» (г. Хабаровск);
- ОАО «Пермский вино-водочный завод УРАЛАЛКО» (г. Пермь);
- ОАО «АЛВИЗ» (г. Архангельск);
- ЗАО «РООМ» (г. Нижний Новогород);
- ОАО «Мариинский ЛВЗ» (г. Мариинск);
- ОАО «Спиртзавод «Чугуновский» (г. Нижний Новгород).

Показатели деятельности

- ……

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

Планы по развитию

……

Таблица. Сравнительная характеристика крупнейших игроков российского рынка водки

Название компании	Дата основания	Направления деятельности	Ассортиментный портфель	Портфель брендов	География деятельности	Доля на Рынке	Преимущества	Планы по развитию
CEDC (ЗАО «ГК «Русский алкоголь»)								
ОАО «Синергия »								
Группа заводов В.Анисимова								
ООО «Алкогольная сибирская группа»								
«Татспирт пром»								

Источник: …….

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

5. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ ВОДКИ

5.1. Особенности сбытовой политики на Рынке

Схема. Цепочка движения товара на Рынке

.....

Источник: ……..

5.2. Дистрибьюторы на российском рынке водки

«Торал»

www.toral.ru

О компании

Холдинговая компания «Торал» - компания входит в пятерку крупнейших поставщиков на рынке Санкт-Петербурга. Компания была основана в 1998 году и занимается оптовыми поставками алкогольной продукции.

География деятельности

«Торал» работает с производителями из России, стран Старого и Нового Света – это Франция, Италия, Германия, Аргентина, Уругвай и т.д.

С недавнего времени компания стала импортером качественной алкогольной продукции. Благодаря активной работе в этом направлении, «Торал» установил деловые отношения со многими производителями различных алкогольных напитков.

Направления деятельности

Компания представляет более 100 производителей алкоголя, как мирового, так и федерального уровня. Является официальными дистрибьюторами таких торговых марок как - Русский Стандарт, Старый Кенигсберг, вина Фанагории, Советское шампанское Дербентского завода игристых вин и многих других.

Ассортимент продукции включает в себя следующие виды:

- ……..

Портфель брендов в сегменте водки

В сегменте водки, «Торал» представляет продукцию следующих производителей:

- …….

Преимущества

- ……..

Компания «Регион 50»

www.50-region.ru

О компании

Компания «Регион 50» начала свою деятельность в 2003 году и сегодня является крупнейшим логистическим оператором на алкогольном рынке в Московском регионе. Сегодня компания «Регион 50» имеет самую большую клиентскую базу на территории Московской области и обслуживает более 3500 розничных торговых точек во всех каналах сбыта.

В структуре компании две логистические площадки на территории Московской области, а общая площадь складских помещений более 10 000 кв. м. Автопарк компании насчитывает более 200 единиц собственного и привлеченного автотранспорта.

География деятельности

География покрытия: 100% территории Московской области.

Направления деятельности

Логистический оператор на алкогольном рынке в Московском регионе.

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

Ассортиментный портфель компании «Регион 50» включает все представленные на сегодняшний день федеральные бренды и насчитывает более 3500 SKU алкогольной и слабоалкогольной продукции.

«Регион 50» предлагает следующие виды продукции:

- Слабоалкогольные напитки
- Безалкогольные напитки
- Водку
- Коньяк
- Вино
- Шампанское
- Элитные напитки

Портфель брендов в сегменте водки

- ……..

Преимущества

- …….

Таблица. Сравнительная характеристика крупнейших дистрибуторов российского рынка водки

Название компании	Дата основания	Направления деятельности	Портфель брендов	География деятельности	Преимущества
Торал					
Регион 50					
Форвард					

Источник: ……..

5.3. Описание розничного сегмента

Продуктовая и специализированная розница

По данным «ФСГС РФ» в 2011г. оборот розничной торговли продовольственными товарами составил **…….. млрд.руб.**, что на **% больше, чем в 2010г., тогда оборот продуктового ритейла составил …… млрд.руб.

Диаграмма. Динамика продуктового ритейла за период 2006-2010 гг., млрд. руб.

……..

Источник: …….

По данным «ФСГС РФ», в марте 2012г. в обороте розничной торговли пищевыми продуктами (включая напитки, и табачными изделиями) удельный вес оборота торговых сетей составил *******% (в марте 2011г. - ****%).

Диаграмма. Структура продуктового ритейла по показателю оборота, %

…….

Источник: …….

В … субъектах Российской Федерации доля сетевых торговых структур в общем объеме оборота розничной торговли превышала среднероссийский уровень. В то же время в … субъектах Российской Федерации сетевые структуры в марте 2012г. обеспечивали менее **% общего объема оборота розничной торговли. Аналогичный показатель по Москве составил ****%, Санкт-Петербургу - ****%.

Таблица. Сегментация сетей розничной торговли продуктами питания по форматам

Тип	Определение	Площадь, $м^2$	Ассортимент, ассортиментных позиций	Местоположение	Типичный покупатель

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

Тип	Определение	Площадь, м^2	Ассортимент, ассортиментных позиций	Местоположение	Типичный покупатель

Источник: ……..

Диаграмма. Структура сетевой розницы, %

……..

Источник: ……..

Таблица. Сегментация сетей розничной торговли продуктами питания по территориальному охвату

Тип сети	Описание сети	Типичные представители

Источник: ……..

Предприятия общественного питания

В докризисный период рынок общественного питания демонстрировал рост на уровне **-**% в год, однако, с наступлением экономического кризиса рост сменился спадом. Так, по данным «ФСГС РФ», в кризисном 2009 г. оборот розничной торговли сократился на *% и только в 2010г. рынок возобновил рост и достиг отметки в …… млрд.руб. (***%).

Диаграмма. Динамика рынка общественного питания за 2006-2011г.г., млрд.руб.

……

Источник: …….

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

5.4. Нормативные документы, регулирующие деятельность на рынке

……

5.5. Основные каналы продвижения на рынке

В развитии российского рынка водки и продвижения на Рынке можно проследить несколько этапов развития.

Этап первый: …….

Этап второй: ……

Этап третий: …….

Этап четвертый: …….

Этап пятый («завершающий»): …….

6. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА ВОДКИ

6.1. Описание потребителей на Рынке

Диаграмма. Потребление алкогольных напитков в России в 2011г., % от числа респондентов старше 18 лет

……..

Источник: …….

В то же время крепкие спиртные напитки характеризуются нерегулярностью потребления – большинство тех, кто их употребляет, делает это реже одного раза в месяц (**-**%).

По данным «Госкомстата» численность населения России по состоянию на 1 января 2012 года составила ….. млн. человек, из которых …… млн. проживает в городе, а ….. млн. в сельской местности.

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

Диаграмма. Структура населения России по территориальному признаку, на 1 января 2012г., %

……

Источник: ……..

Таблица. Структура населения по величине среднедушевых денежных доходов

Уровень доходов, руб.	2010г.				2011г.			
	I квартал	I полугодие	9 месяцев	год	I квартал	I полугодие	9 месяцев	год

Источник: ……

6.2. Объем потребления на Рынке

……..

6.3. Наиболее популярные марки водки на Рынке

……..

7. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

7.1. Основные тенденции Рынка

……..

7.2. STEEPLE-анализ рынка

S	Социальные факторы
•	(-/+)

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

• (-)	
T	**Технологические факторы**
• (+) • (+)	
E	**Экономические факторы**
• (+) • (-) • (+)	
E	**Факторы окружающей среды**
• (-) • (-)	
P	**Политические факторы**
• (+/-) • (+)	
L	**Правовые факторы**
• (+) • (-)	
E	**Этические факторы**
• (-)	

Источник: …….

Таким образом, среди **факторов, благоприятствующих** развитию Рынка можно отметить следующие:

- ……

Среди **проблем**, с которыми сталкиваются производители можно отметить:

- ……..

7.3. Риски и барьеры при выходе на рынок

Барьерами для выхода на Рынок нового игрока могут стать следующие факторы:

- **……**

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

Рисками для компаний, существующих на рынке, могут стать:

- ……..

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

Перечень таблиц и диаграмм

Таблица 1. Самые продаваемые в мире водочные марки по итогам 2011г.
Таблица 2. Ценовая сегментация рынка водки в 2011г.
Таблица 3. Доли основных ценовых сегментов рынка водки, %
Таблица 4. Крупнейшие заводы-производители водки в 2011г.
Таблица 5. Исходные данные для расчета объема рынка водки в 2010-2011г.г.
Таблица 6. Сравнительная характеристика крупнейших игроков российского рынка водки
Таблица 7. Сравнительная характеристика крупнейших дистрибуторов российского рынка водки
Таблица 8. Сегментация сетей розничной торговли продуктами питания по форматам
Таблица 9. Сегментация сетей розничной торговли продуктами питания по территориальному охвату
Таблица 10. Структура населения по величине среднедушевых денежных доходов
Таблица 11. Бренды-лидеры на рынке водки в 2011г.

Диаграмма 2. Динамика ВВП за период 2007-2011гг., в текущих ценах, млрд. руб.
Диаграмма 3. Прогноз величины ВВП на 2011-2014г.г., %.
Диаграмма 4. Индекс потребительских цен, в 2011-2012г.г., % к предыдущему месяцу
Диаграмма 5. Уровень занятости в марте 2012г., %
Диаграмма 6. Уровень безработицы по федеральным округам в марте 2012г. (% от численности экономически активного населения)
Диаграмма 7. Динамика среднемесячной номинально начисленной заработной платы, руб.
Диаграмма 8. Оборот розничной торговли в 2006-2011г.г., трлн. руб.
Диаграмма 9. Динамика оборота розничной торговли за период 2011-2012 гг., млрд. руб.
Диаграмма 10. Структура оборота розничной торговли в марте 2012г., %
Диаграмма 11. Структура потребления водки по странам, %
Диаграмма 12. Динамика продаж алкогольных напитков и пива населению в 2006-2011г.г., млн. дал.
Диаграмма 13. Структура продажи алкогольных напитков и пива, % к итогу (в абсолютном алкоголе)
Диаграмма 14. Структура рынка алкогольных напитков и пива по регионам в натуральном выражении в 2011г., %
Диаграмма 15. Структура продажи алкогольных напитков и пива, % (в натуральном выражении)
Диаграмма 16. Структура урожая по видам зерновых и зернобобовых культур в 2011г., %
Диаграмма 17. Структура посевных площадей в РФ по видам с/х культур в 2011г., %
Диаграмма 18. Динамика валового сбора зерновых культур в 2006-2011г.г., млн. тонн.
Диаграмма 19. Средние цены производителей на зерно и зерновые культуры в 2010-2011г.г., тыс.руб./т
Диаграмма 20. Динамика выпуска бутылок в РФ за 2006-2011г.г., млрд. шт.
Диаграмма 21. Структура производства стеклотары в январе-октябре 2011г., %

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

Диаграмма 22. Структура производства стеклотары в РФ за 2011г., % (в натуральном выражении)
Диаграмма 23. Структура Рынка по вкусам, %
Диаграмма 24. Динамика средних потребительских цен на водку (обыкновенного качества) в 2011-2012 гг., руб. за литр
Диаграмма 25. Динамика средних потребительских цен на водку (повышенного качества) в 2011-2012 гг., руб. за литр
Диаграмма 26. Объем производства водки в РФ в 2006-2011гг., млн.дал
Диаграмма 27. Крупнейшие заводы-производители водки в РФ в 2011гг., % (в натуральном выражении)
Диаграмма 28. Объем производства водки на ЛВЗ «Топаз» в 2009-2011г.г., млн.дал
Диаграмма 29. Объем производства водки на ОАО «Московский завод «Кристалл» в 2009-2011г.г., млн.дал
Диаграмма 30. Объем производства водки на ОАО «Омсквинпром» в 2009-2011гг., млн.дал
Диаграмма 31. Динамика импорта водки в 2009-2011г.г., млн. дал
Диаграмма 32. Структура импорта крепких алкогольных напитков в РФ в 2011г., % (в натуральном выражении)
Диаграмма 33. Страны-экспортеры крепких спиртных напитков в 2011г., %
Диаграмма 34. Крупнейшие компании-импортеры крепких спиртных напитков на российском рынке, % (в натуральном выражении)
Диаграмма 35. Динамика экспорта водки в 2006-2011г.г., млн.дал
Диаграмма 36. Динамика экспорта российской водки в стоимостном выражении, млн. долл.
Диаграмма 37. Структура экспорта российской водки в динамике за период 2005-2011 гг.
Диаграмма 38. Динамика продаж населению водки и ЛВИ в 2010-2011г.г., млн. дал.
Диаграмма 39. Динамика розничных продаж водки в РФ в январе-март 2010-2012г., млн.дал
Диаграмма 40. Продажа водки по субъектам РФ в 2011г., % (в натуральном выражении)
Диаграмма 41. ТОП-10 регионов РФ по объему продаж водки в 2011г., % (в натуральном выражении)
Диаграмма 42. Объем рынка водки в 2009-2011г.г., млн.дал
Диаграмма 43. Крупнейшие производители водки в РФ в 2011г., % (в натуральном выражении)
Диаграмма 44. Объем производства водки «Татспиртпром» в 2009-2011г.г., млн.дал
Диаграмма 45. Динамика продуктового ритейла за период 2006-2010 гг., млрд. руб.
Диаграмма 46. Структура продуктового ритейла по показателю оборота, %
Диаграмма 47. Структура сетевой розницы, %
Диаграмма 48. Динамика рынка общественного питания за 2006-2011г.г., млрд.руб.
Диаграмма 49. Потребление алкогольных напитков в России в 2011г., % от числа респондентов старше 18 лет
Диаграмма 50. Структура населения России по территориальному признаку, на 1 января 2012г., %
Диаграмма 51. Рейтинг стран мира по объему потребления алкоголя в 2011г., литров на душу населения
Диаграмма 52. Знание потребителями водочных брендов, %