



Маркет
Аналитика

**ДЕМО-ВЕРСИЯ.
РОССИЙСКИЙ РЫНОК ВИНА.
МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РЫНКА**

Москва, июнь 2012



СОДЕРЖАНИЕ

I. ВВЕДЕНИЕ

II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ВИНА

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА

- 1.1. Понятие продукции
- 1.2. Показатели социально-экономического развития
- 1.3. Российский рынок алкогольной продукции
- 1.4. Винодельческая отрасль в РФ
- 1.5. Влияющие и смежные рынки
 - Рынок промышленных виноматериалов
 - Рынок винной укупорки
- 1.6. Резюме по разделу

2. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА ВИНА

- 2.1. Сегментация Рынка по основным видам продукции
- 2.2. Сегментация Рынка по географическому происхождению вин
- 2.3. Ценовая сегментация Рынка
- 2.4. Резюме по разделу

3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА ВИНА

- 3.1. Объем производства
- 3.2. Объем импорта
- 3.3. Объем и темпы роста Рынка
- 3.4. Резюме по разделу

4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА ВИНА

- 4.1. Уровень конкуренции, параметры конкуренции
- 4.2. Сегментация игроков Рынка
- 4.3. Описание профилей крупнейших игроков Рынка



ЗАО «Игристые вина»

ОАО «Дербентский завод игристых вин»

«Московский комбинат шампанских вин»

Комбинат «Красноармейский»

«Виктория»

ООО «Долина»

ЗАО «Детчинский завод» (Gerrus Group)

4.4. Резюме по разделу

5. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ ВИНА

5.1. Особенности сбытовой политики на Рынке

5.2. Нормативные документы, регулирующие деятельность на рынке

5.3. Резюме по разделу

6. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА ВИНА

6.1. Описание потребителей на Рынке

6.2. Потребительские предпочтения на Рынке

6.3. Резюме по разделу

7. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

7.1. Основные тенденции Рынка

7.2. STEERPLE-анализ рынка

7.3. Риски и барьеры при выходе на рынок

7.4. Перспективы развития рынка

IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

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

Приложение 2. Крупнейшие производители вина в РФ за 2011г.

Приложение 3. Перечень основных отраслевых ГОСТов



ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Цель исследования

Изучение и анализ российского рынка вина: 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 вина (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



Маркет Аналитика

- аналитические обзоры, включая профессиональные издания (СМИ)
- сайты поставщиков изучаемых услуг



АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ВИНА

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА

.....

Что касается Рынка вина, то он, как одна из составляющих российской экономики, находится под влиянием основных социально-экономических показателей и в первую очередь:

- Внутренний валовой продукт (ВВП)
- Уровень инфляции
- Уровень доходов населения
- Уровень занятости населения
- Рынок розничной торговли

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. Российский рынок алкогольной продукции

.....

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).

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 – **%.

Диаграмма. Структура рынка алкогольных напитков и пива по регионам в натуральном выражении в 2011г., %

.....

Источник:

Наибольшая доля в объеме алкогольного рынка принадлежит Центральному федеральному округу – ****%. Также велика доля Приволжского и Сибирского федеральных округов – ****% и ****% соответственно.

Ниже представлена структура продаж алкогольных напитков и пива в 2011г. (в натуральном выражении).

Диаграмма. Структура продажи алкогольных напитков и пива, % (в натуральном выражении)

.....

Источник:

Лидирующую позицию в структуре продаж алкогольной продукции (в натуральном выражении) занимает пиво – **%. Далее, с заметным отставанием следует водка и ЛВИ – **%. Замыкают тройку виноградные и плодовые вина – *%.



1.2. Винодельческая отрасль в РФ

Основные территории, на которых расположена винодельческая отрасль России, находятся в Краснодарском крае, Ростовской области, Ставрополье, республиках Северного Кавказа. Все они имеют свои особенности, как климатические, так и инфраструктурные. Регионы виноделия в России делятся по принципу административных единиц:

1. Краснодарский край

.....

2. Ростовская область

.....

3. Ставропольский край

.....

4. Дагестан

.....

1.3. Влияющие и смежные рынки

Рынок промышленных виноматериалов

Виноматериалы – спиртосодержащая пищевая продукция, которая используется в качестве сырья для производства вина и получена в результате спиртового брожения винограда, виноградного сусла либо плодового или ягодного сока.

.....



Рынок винной укупорки

Под укупоркой понимается закрывание тары после того, как в нее помещена продукция. Основной задачей любой укупорки является сохранение количества и качества фасованной продукции; сохранение неприкосновенности продукции и обеспечение ее защиты от внешнего воздействия. А укупорочным средством или просто колпачком называется надеваемое на горлышко бутылки приспособление для обеспечения герметичности и защиты напитка.

.....

Диаграмма. Структура рынка винной укупорки, %

.....

Источник:

Россия – один из важных рынков для отрасли, она занимает **6-е место среди ключевых рынков по потреблению пробки**. Это связано с размахом строительной индустрии, а также с производством игристых вин.

Технические требования к укупорке игристых вин в России изложены в ГОСТ Р ИСО 4710-2002 - Пробки корковые цилиндрические для игристых и газированных вин. Общие технические требования.

Натуральная пробка

.....

Техническая и синтетическая пробка

.....



Пластиковая пробка

.....

Алюминевый колпачок

.....



2. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА ВИНА

2.1. Сегментация Рынка по основным видам продукции

.....

На российском винном рынке можно выделить следующие виды классификации вин:

1. Классификация вин по содержанию углекислого газа:

- Тихие вина
 - Игристые вина
- Шампанское

.....

2. Классификация вин по цвету вина

В производстве вин используются огромное количество самых различных сортов винограда, самое общее их разделение — на чёрные (зачастую их называют красными) и белые сорта винограда. По цвету вина подразделяют на:

- Белые.
- Красные.
- Розовые.

3. Классификация вин по содержанию сахара и спирта

Согласно российским стандартам, по содержанию этилового спирта и сахара вина подразделяются на:

- Столовые (натуральные):
 -
- Специальные (крепленые):
 -



.....

4. Классификация вин по составу

- **Сортовые вина**

.....

- **Купажные вина**

.....

5. Классификация вин по уровню качества и срока выдержки

В зависимости от качества и сроков выдержки вина подразделяют на:

- **Ординарные вина**
- **Марочные вина**
- **Коллекционные вина**

2.2. Сегментация Рынка по географическому происхождению вин

На винном рынке принято разделять вина Старого и Нового Света.

Вина «Старого Света»

.....

Основные **характеристики** виноделия Старого Света:

- **Время**

.....

- **Определяющие факторы**

.....



- **Этикетки**
.....
- **Сортовой состав**
.....
- **Вкус**
.....
- **Маркетинг**
.....
- **Качество**
.....
- **Выдержка**
.....
- **Особенности**
.....
- **Отношение к окружающей среде**
.....
- **Мода**
.....



Вина «Нового Света»

.....

Основные **характеристики** виноделия Нового Света:

- **Время**

.....

- **Определяющие факторы**

.....

- **Этикетки**

.....

- **Сортовой состав**

.....

- **Вкус**

.....

- **Маркетинг**

.....

- **Качество**

.....

- **Выдержка**

.....



- **Особенности**
.....
- **Отношение к окружающей среде**
.....
- **Мода**
.....

2.3. Ценовая сегментация Рынка

Для рынка вина характерны следующие ценовые сегменты:

- Низкий – до руб./бут.
- Средний –-..... руб./бут.
- Высший средний –-..... руб./бут.
- Премиум – от руб./руб.

По данным экспертов аналитического агентства ЦИФРА, более **% российского вина приходится на базовый сегмент до рублей. Премиальное производство должно стать следующей захватывающей перспективой для российских виноделен.

При этом средняя стоимость 1л виноградного столового вина в апреле 2012г. составила руб., что на ***% выше, чем за аналогичный период прошлого года. Стоимость крепленого вина за год увеличилась на ****% до руб./л

Диаграмма. Средняя цена на столовые и крепленые вина в 2011-2012г.г., руб./л

.....

Источник:



Что касается игристых вин, то по итогам 2011г. средняя стоимость литра отечественного игристого вина увеличилась на ***% до руб. (в 2010г. – руб.).

Диаграмма. Средняя цена на отечественное игристое вино в 2005-2011г.г., руб./л

.....

Источник:

.....



3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА ВИНА

3.1. Объем производства

По данным «ФСГС РФ», несмотря на рост урожая винограда, производство вина в 2011г. в России сократилось на **% до млн.дал., хотя еще год назад российские виноделы демонстрировали рекордные показатели производства – млн.дал, при темпах роста около 12%.

Диаграмма. Динамика производства вина в РФ за 2006-2011г.г., млн.дал

.....

Источник:

.....

В структуре производства вина наибольшую долю занимают виноградные вина – ****% (столовые - ****% и специальные – ****%). Далее следуют игристые вина – ****% и плодовые – **%.

Диаграмма. Структура производства вина в РФ (по видам вина) за 2011г., % (в натуральном выражении)

.....

Источник:

Как мы уже отметили, в 2011г. производство вина в России сократилось. Чуть лучше обстоят дела в сегменте шампанских и игристых вин, производство которых снизилось лишь на ****% - до ... млн.дал. В свою очередь падение производства виноградных и плодовых вин было более существенным – на ****% и **% соответственно.

Таблица. Структура производства вина в РФ (по видам) за 2010-2011г.г.



Вид	2010г.	2011г.	Темпы роста, %

Источник:

Что касается географии производства вина, то в России вино производится в 7 из 8 федеральных округах (кроме Дальневосточного ФО). Основным регионом производства вина является Южный ФО – ****%. Далее следуют Северо-Кавказский ФО (****%), Северо-Западный ФО (****%) и Центральный ФО (****%).

.....

3.2. Объем импорта

По данным International Logistic Systems (ILS), за 2011г. В Россию было ввезено млн.л алкогольной продукции, что на ****% превышает показатели за 2010г., тогда импорт составил млн.л. (****%).

Диаграмма. Динамика импорта алкогольной продукции в РФ за 2008-2011г.г., млн.л

.....

Источник:

После спада, вызванного экономическим кризисом, поставки вина в Россию вновь наращивают объем. По итогам 12 месяцев 2011 г. в РФ было ввезено млн. л вина, рост по сравнению с аналогичным периодом прошлого года составил ****%.



Диаграмма. Динамика импорта вина в РФ за 2008-2011г.г., млн.л

.....

Источник:

Таким образом, в общем объеме ввезенной алкогольной продукции, на долю вина приходится около **% (в натуральном выражении).

Диаграмма. Доля вина в общем объеме импорта алкогольной продукции в РФ за 2011г., %

.....

Источник:

За последнее десятилетие изменилась география поставок вина.

Диаграмма. География поставок вина в РФ, %

.....

Источник:

Если в начале 2000-х годов основными поставщиками вина в Россию были производители из стран бывшего СССР, то к 2010г. на лидирующие позиции вышли виноделы «Старого Света». Крупнейшим поставщиком вина в Россию (в натуральном выражении) является Италия, на долю которой приходится около **% всего объема ввезенного вина за 2011г. В десятку лидеров также входят:

-

Диаграмма. Крупнейшие поставщики вина на российский рынок в 2011г., % (в натуральном выражении)

.....

Источник:



.....

Диаграмма. Крупнейшие покупатели вина в РФ за 9 мес.2011г., % (в натуральном выражении)

.....

Источник:

.....

3.3. Объем и темпы роста Рынка

Несмотря на спад производства, продажи вина в 2011г. выросли. Согласно данным «ФСГС РФ», в 2011г. объем продаж населению **вина** увеличился на ***% до млн. дал (в 2010г. – млн. дал.).

Диаграмма. Динамика продаж вина населению за 2006-2011г.г., млн.дал

.....

Источник:

В начале 2012г. положительная динамика продаж сохранилась. В период с января по март в России продано млн.дал вина, что на ***% больше аналогичного периода прошлого года. (в кв. 2011г. – млн.дал.).

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

.....

Источник:



Более половины розничных продаж вина приходятся на виноградные столовые вина (****%). Далее следуют игристые вина (****%), специальные виноградные вина (****%) и плодовые вина (***%).

Диаграмма. Структура розничных продаж вина в РФ (по видам) в 2011г., % (в натуральном выражении)

.....

Источник:

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

Диаграмма. Продажа вина по субъектам РФ в 2011г., % (в натуральном выражении)

.....

Источник:

.....



4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА ВИНА

4.1. Уровень конкуренции, параметры конкуренции

Основными параметрами конкуренции на Рынке являются:

- Качество продукции
- Цена
- Географический охват рынка
- Производственные мощности
- Сырье
- Известность бренда и др.

.....

4.2. Сегментация игроков Рынка

Игроков Рынка можно сегментировать следующим образом:

1. По типу производимых вин

Крупнейшие производители шампанского в РФ:

-

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

.....

Источник:

Крупнейшие производители столовых вин в РФ:

-



Диаграмма. Крупнейшие производители столовых вин в РФ за 2011г., % (в натуральном выражении)

.....

Источник:

2. По качеству производимой продукции

Эксперты говорят о полярности отечественного виноделия:

- **«Южный полюс»**

.....

- **«Северный полюс»**

.....

4.3. Описание профилей крупнейших игроков Рынка

ЗАО «Игристые вина»

Сайт: www.spbvino.ru

Адрес: 195027, Санкт-Петербург, Свердловская наб., д.34

Тел./факс: +7 (812) 335-0404

О компании

Сегодня ЗАО «Игристые вина» - одно из крупнейших винодельческих предприятий России. Компания занимается производством и продажей продукции на Российском рынке, а также экспортом продукции за рубеж.

ЗАО «Игристые вина» обладает 3 производственными площадками:

- Главный офис компании и завод по производству шампанских, тихих вин и коньяков в г. Санкт-Петербург.



- Складская база в промышленной зоне г. Санкт-Петербург - Обухово. Удобное местоположение складов позволяет оптимально организовать логистические процессы в разные регионы страны авто-, авиа- и железнодорожным транспортом.
- Филиал в г. Москва ООО «Игристые вина» представляет собой офис и складские помещения площадью 500 м².

Завод оснащен современным оборудованием. На территории завода располагаются 3 цеха шампанизации, вино-материальный цех площадью 10.000 м², 2 линии розлива шампанского, 2 линии розлива вина, 2 линии розлива bag in box и 1 линия розлива коньяка мощностью 7 тысяч бутылок в час каждая и 1 линия розлива шампанского мощностью 15000 бутылок в час.

Выгодное месторасположение предприятия в Санкт-Петербурге - портовом городе с выходом к бассейну Балтийского моря - позволяет получать высококачественные виноматериалы из лучших винодельческих регионов мира, преимущественно из Франции, Испании, Италии, а также Аргентины и Чили.

География распространения

- Россия
- Страны СНГ
- Нидерланды
- Швеция
- Израиль
- Эстония
- Корея
- Тайланд
- Абхазия
- Австралия



Ассортиментный портфель и портфель брендов

Шампанские и игристые вина:

-

Тихие вина:

-

Показатели деятельности

-

Преимущества

-

Планы по развитию

В ближайших планах компании – расширить географию и увеличить объемы продаж в России, а также занять прочные позиции на европейских рынках шампанских вин.

ОАО «Дербентский завод игристых вин»

Сайт: www.derbent-vino.ru

Адрес: Республика Дагестан, г. Дербент, ул. Г. Давыдовой, 11.

Тел.: 8 (872-40) 4-41-73

О компании

ОАО «Дербентский завод игристых вин» находится в древнейшем и самом южном городе России – Дербенте. Завод был основан еще в конце 19 века и является одним из немногих предприятий, на котором осуществляется весь цикл производства, начиная от переработки винограда и заканчивая выпуском готовой продукции.



География распространения

Шампанское и вино поставляются во все регионы Российской Федерации.

Ассортиментный портфель и портфель брендов

Шампанские и игристые вина:

-

Вина:

-

Показатели деятельности

-

Преимущества

-

Планы по развитию

-

«Московский комбинат шампанских вин»

Сайт: www.mcw.ru

Адрес: Москва, ул. Рябиновая, д.44

Тел.: (495)448-84-50

О компании

Комбинат, основан в 1980г. с проектной мощностью 40 млн. бутылок в год. До 90% виноматериалов, из которых производят шампанское на «Московском комбинате



шампанских вин», доставляется из-за рубежа – из Франции, Испании, ЮАР, Аргентины, Чили.

География распространения

Продукция пользуется широким спросом не только внутри страны, но и на международном рынке.

Ассортиментный портфель и портфель брендов

Вина игристые:

-

Коньяк:

-

Показатели деятельности

-

Преимущества

.....

Планы по развитию

-

Комбинат «Красноармейский»

Сайт: www.mar-vino.ru

Адрес: 353201, Краснодарский Край, Красноармейский р-н, Ст-ца Марьянская, ул. Первомайская, 12



О компании

ООО РПК «Красноармейский» основан в 1968г. и входил в производственное пищевое объединение «Кубаньпищеагропом». С 1993 г. занимается производством вин виноградных натуральных. В 1997г. была проведена реорганизация и комбинат получил статус ООО.

В 2003 году обновленное производство начиналось с одной линии розлива, с 2006 года на комбинате был запущен полностью компьютеризированный производственный комплекс.

Существенное влияние на качество продукции оказывает система автоматической пастеризации, которую специалисты признают одной из самых совершенных в мире. Емкостное оборудование РПК закуплено в Болгарии, все емкости выполнены из нержавеющей стали.

За 50 лет работы, пройдя впечатляющий путь от небольшого предприятия до игрока федерального уровня, компания стала эксклюзивным поставщиком более 20 наименований вин, с основным упором на полусладкие вина. Сегодня предприятие не нуждается в каком-то особом представлении, оно широко известно среди конечных покупателей и экспертов рынка, что находит свое отражение в регулярных многочисленных публикациях в региональных и федеральных СМИ.

География распространения

- Россия
- Страны СНГ

Продукция комбината представлена практически во всех регионах России, включая Дальний Восток, кроме того, РПК является единственным крупным российским производителем, имеющим контракт на поставку вин в Республику Беларусь.



Свою продукцию РПК «Красноармейский» реализует по России: 15-20% от общего объема продаж – через торговые сети (федеральные «Магнит», «О'Кей», «Ашан», а также локальные в регионах), остальное – через оптовые организации (таких более 500).

Ассортиментный портфель и портфель брендов

.....

Показатели деятельности

-

Преимущества

-

Планы по развитию

.....

«Виктория»

Сайт: www.tdviktoria.ru

Адрес: Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Промышленная, 56-Б

Тел.: (8772) 56-90-05

О компании

ООО «Виктория» - одно из крупнейших винодельческих предприятий Кубани и Республики Адыгея. Компания основана в 1999г., после того как было выкуплено ЗАО КПП «Теучежский».

География распространения



Торговая марка «Виктория» завоевала популярность во многих регионах Российской Федерации.

Ассортиментный портфель и портфель брендов

В ассортименте предприятия уже 40 наименований вин и 10 сортов водки. Налаживается выпуск ликероводочных изделий.

-

Показатели деятельности

-

Преимущества

-

Планы по развитию

-

ООО «Долина»

Сайт: www.dolina-vine.ru

Адрес: Краснодарский край, Темрюкский район, Вышестеблиевская станица, Береговая ул, 45

Тел.: (86148) 35-427

О компании

ООО «Долина» - винодельческий завод, расположенный в Темрюкском района Краснодарского края, в виноградорско-винодельческом районе РФ на таманском полуострове. Завод «Долина», мощностью переработки 8,5 тысяч тонн винограда в сезон, был основан в 2001г.



География распространения

Продукция представлена и пользуется постоянным спросом не только в Краснодарском крае, но и далеко за его пределами: Москва, Санкт-Петербург, Калининградская, Мурманская, Ростовская, Калужская, Тюменская, Челябинская, Томская и другие области - всего 60 регионов России.

Ассортиментный портфель и портфель брендов

.....

Показатели деятельности

-

Преимущества

-

Планы по развитию

-

ЗАО «Детчинский завод» (Gerrus Group)

Сайт: www.gerrus.ru

Адрес: Малоярославецкий р-н, Калужская область, П. Детчино

Тел.: (48431) 29-239

О компании

«Детчинский завод» – современное предприятие по производству и розливу высококачественных вин. Предприятие основано в 1975 г., а с 1996г. входит в состав холдинга Gerrus Group.



География распространения

Продукция компании представлена во многих регионах России.

Ассортиментный портфель и портфель брендов

Основные бренды вина:

-

Шампанское:

-

Показатели деятельности

-

Преимущества

-

Планы по развитию

-

Таблица. Сравнительные характеристики игроков Рынка



Название компании	Дата основания	Ассортимент	Портфель брендов	География	Показатели деятельности	Сильные стороны
«Игристые вина» (Санкт-Петербург)					•	
Дербентский завод игристых вин (Дагестан)					•	
Московский комбинат шампанских вин					•	
Комбинат «Красноармейский» (Краснодарский край)					•	
«Виктория» (Адыгея)					•	
«Долина» (Краснодарский край)					•	
Детчинский завод (Калужская область)					•	

Источник:



5. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ ВИНА

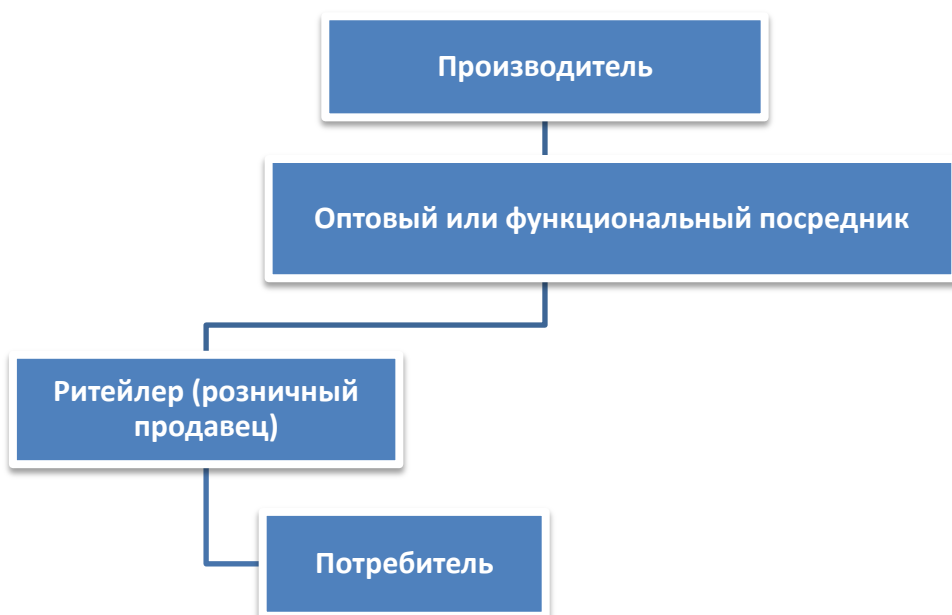
5.1. Особенности сбытовой политики на Рынке

Форматы каналов распределения на Рынке:

1. Оптовые торговцы:
 -
2. Функциональные посредники:
 -
3. Ритейлеры (розничные продавцы)
4. Магазины с самообслуживанием:
 -
5. Магазины без самообслуживания:
 -
6. Палатки на розничных рынках
7. Специализированные магазины (алкогольные супермаркеты и винные бутики)
8. Социальные магазины
9. Оптово – розничные каналы:
 -
10. Продажа с помощью средств коммуникаций:
 -
11. Предприятия общественного питания.
12. Сбытовые:
 -
13. Производственно-сбытовые:
 -

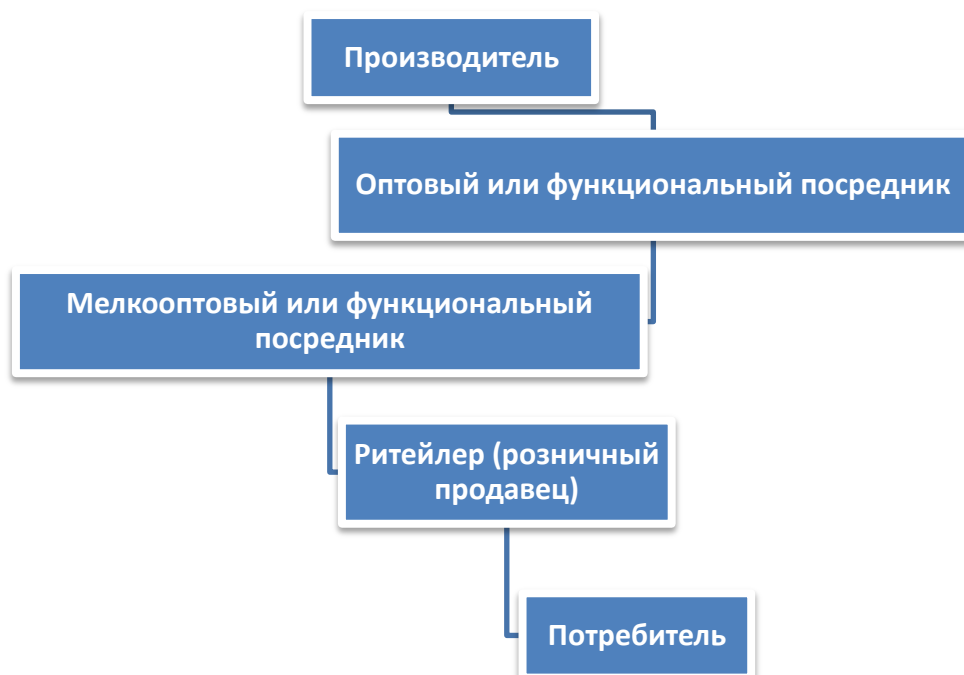


Схема. Двухуровневый канал распределения



Источник:

Схема. Трехуровневый канал распределения





Источник:

Активный рост торговых сетей в течение последних нескольких лет оказал существенное влияние на дистрибуцию алкогольных напитков. С каждым годом объемы продаж алкоголя розничными сетевыми операторами возрастают.

.....

Формы розничной продажи

.....

Среди покупателей вина, согласно опросу РБК, в специализированных алкогольных магазинах совершают покупки **% опрошенных. В гипер- и супермаркетах - в два с лишним раза больше (**%).

.....

По данным РБК, по числу винных бутиков среди московских сетей лидируют «Коллекция вин» и Kauffman (по магазинов), среди региональных - «Мастер Вин» из Уфы (.... магазин) и «Негоциант» из Красноярска (.... магазинов).

В региональной структуре розничных продаж виноградных и плодовых вин наибольшую долю занимает г. Москва (около **%) и Московская область(*%).

.....

Формы оптовой продажи

Оптовые торговцы на Рынке:

1. Регулярный (независимый) оптовик (Regular wholesaler)

.....



2. Конечный грузоотправитель (Drop Shipper)

.....

3. С-С оптовик (Cash-and-Carry Wholesaler)

.....

4. Миниопты

.....

5. Джоббер (фургонный дистрибьютор) (Jobber, Wagon distributor)

.....

6. Оптовик-сборщик (Assembling wholesaler)

.....

7. Вэн-Сейлер

.....

.....

Проанализировав работу крупнейших российских импортеров, таких как «Симпл», «Лудинг», «Дионис Клуб», «Русьимпорт», ФАС выяснила, что причина аномально высоких цен – длинная цепочка накруток. Розничная наценка в зависимости от ценового сегмента составляет от ** до **%, прибыль оптовика – от ** до **%, таможенная пошлина – *-%, затраты на доставку и страховые платежи – *-% и т.д.

5.2. Нормативные документы, регулирующие деятельность на рынке

.....



6. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА ВИНА

6.1. Описание потребителей на Рынке

Согласно данным «Всемирной организации здравоохранения» (World Health Organization), по итогам 2011г. Россия находилась на четвертом месте в мире по **уровню потребления алкоголя**, измеряемого в литрах чистого этилового спирта на душу населения – 15,8 л. (при расчетах учитываются лица в возрасте 15 лет и старше).

Диаграмма. Рейтинг стран мира по объему потребления алкоголя в 2011г., литров на душу населения

.....

Источник:

.....

Динамика алкогольного рынка России последних лет показывает растущий интерес российских потребителей к **вину** по сравнению с другими напитками, однако сегодня по количеству потребляемого вина на душу населения Россия занимает одно из последних мест в Европе.

Диаграмма. Структура потребления крепких спиртных напитков, вина и пива по странам Европы, в пересчете на чистый спирт в год на душу населения

.....

Источник:

В суммарном объеме среднедушевого потребления в нашей стране доля вина составляет лишь около *-*%. Между тем даже в странах с наиболее низким потреблением вина (Финляндия, Швеция, Норвегия, Великобритания) на долю вина приходится **-**%



потребляемого абсолютного алкоголя. В странах с развитым виноделием эта величина достигает **%.

По оценке экспертов Ассоциации импортеров вин, качественные вина в России пьет не более *% населения. Одной из основных причин медленного изменения структуры потребления в России в пользу виноградного вина, по мнению экспертов, остается его высокая цена. Аудитория потребителей вина в современной России находится пока еще в стадии формирования. Наша страна – пример развивающегося потребительского рынка.

При населении в млн. человек число реальных и потенциальных винных потребителей в России оценивается в-..... млн.

В конце 2011г. «ВЦИОМ» провел исследование – «Состояние здоровья россиян: мониторинг». Опрос населения был проведен в ноябре 2011г., объем выборки составил 3 200 респондентов старше 14 лет, статистическая погрешность не превышает **%. По результатам исследования выяснилось, что самым потребляемым алкогольным напитком в России остается пиво: его пьют **% опрошенных.

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

.....

Источник:

Шампанское, являясь вторым популярным напитком. Около половины опрошенных (**- **%) употребляют вина (сухие, сладкие, полусладкие), в то же время вина характеризуются нерегулярностью потребления – большинство тех, кто их употребляет, делает это реже одного раза в месяц (**- **%).



По статистике в настоящее время уровень потребления вина в России составляет от 7-9л на человека в год. Россия в этом смысле значительно уступает Европе (16-20л на человека в год), кроме того, культура потребления вина развита в России еще недостаточно, что, несомненно, находит отражение во вкусовых предпочтениях россиян.

6.2. Потребительские предпочтения на Рынке

.....

Исследования показывают более позитивное потребительское отношение к производителям вин, имеющих богатую историю и использующих классическую рецептуру в сравнении с современными инноваторами.

По словам экспертов рынка, вина российского производства по-..... руб. уже ничем не уступают импортным по руб. Тем не менее, психология наших потребителей такова, что они не готовы платить руб. за эти вина.

.....

Как свидетельствуют результаты исследований Advanter Group, **% респондентов имели опыт разочарования купленным вином. Практически в **% случаев российских потребителей не устроил вкус вина, который был ненатуральным и ассоциировался с разведенным спиртом.

По результатам исследований, вкусовые предпочтения потребителей среди столовых вин распределяются следующим образом: красные полусладкие вина предпочитают **% населения, сухие и полусухие - **%, крепленые - **%.



7. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

7.1. Основные тенденции Рынка

.....

7.2. STEEPLE-анализ рынка

STEEPLE-анализ - маркетинговый инструмент, предназначенный для выявления социальных (Social), технологических (Technological), экономических (Economic), экологических (Ecology), политических (Political), правовых (legal), и этических (Ethic) аспектов внешней среды которые могут повлиять на стратегию компании. Каждый фактор имеет знак (-) или (+) – в зависимости от качества влияния его на рынок.

Данный вид анализа выявляет значимые для развития рынка факторы, а также представляет оценку степени влияния этих факторов на изучаемую отрасль.

S	Социальные факторы
•	(+)
•	(+)
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:

-

.....

7.3. Риски и барьеры при выходе на рынок

.....

7.4. Перспективы развития рынка

.....



Перечень таблиц и диаграмм

Таблица 1. Структура производства вина в РФ (по видам) за 2010-2011г.г

Таблица 2. Сравнительные характеристики игроков Рынка

Схема 1. Двухуровневый канал распределения

Схема 2. Трехуровневый канал распределения

Диаграмма 1. Динамика ВВП за период 2007-2011гг., в текущих ценах, млрд. руб.

Диаграмма 2. Прогноз величины ВВП на 2011-2014г.г., %.

Диаграмма 3. Индекс потребительских цен, в 2011-2012г.г., % к предыдущему месяцу

Диаграмма 4. Уровень занятости в марте 2012г., %

Диаграмма 5. Уровень безработицы по федеральным округам в марте 2012г. (% от численности экономически активного населения)

Диаграмма 6. Динамика среднемесячной номинально начисленной заработной платы, руб.

Диаграмма 7. Оборот розничной торговли в 2006-2011г.г., трлн. руб.

Диаграмма 8. Динамика оборота розничной торговли за период 2011-2012 гг., млрд. руб.

Диаграмма 9. Структура оборота розничной торговли в марте 2012г., %

Диаграмма 10. Динамика продаж алкогольных напитков и пива населению в 2006-2011г.г., млн. дал.

Диаграмма 11. Структура продажи алкогольных напитков и пива, % к итогу (в абсолютном алкоголе)

Диаграмма 12. Структура рынка алкогольных напитков и пива по регионам в натуральном выражении в 2011г., %

Диаграмма 13. Структура продажи алкогольных напитков и пива, % (в натуральном выражении)

Диаграмма 14. Структура рынка винной укупорки, %

Диаграмма 15. Средняя цена на столовые и крепленые вина в 2011-2012г.г., руб./л

Диаграмма 16. Средняя цена на отечественное игристое вино в 2005-2011г.г., руб./л

Диаграмма 17. Динамика производства вина в РФ за 2006-2011г.г., млн.дал

Диаграмма 18. Структура производства вина в РФ (по видам вина) за 2011г., % (в натуральном выражении)

Диаграмма 19. География производства вин в РФ за 2011г., % (в натуральном выражении)

Диаграмма 20. География производства вин (по видам) в РФ за 2011г., % (в натуральном выражении)

Диаграмма 21. Динамика импорта алкогольной продукции в РФ за 2008-2011г.г., млн.л

Диаграмма 22. Динамика импорта вина в РФ за 2008-2011г.г., млн.л

Диаграмма 23. Доля вина в общем объеме импорта алкогольной продукции в РФ за 2011г., %

Диаграмма 24. География поставок вина в РФ, %

Диаграмма 25. Крупнейшие поставщики вина на российский рынок в 2011г., % (в натуральном выражении)

Диаграмма 26. Крупнейшие покупатели вина в РФ за 9 мес.2011г., % (в натуральном выражении)

Диаграмма 27. Динамика продаж вина населению за 2006-2011г.г., млн.дал



Диаграмма 28. Динамика розничных продаж вина в РФ в январе-март 2010-2012г., млн.дал

Диаграмма 29. Структура розничных продаж вина в РФ (по видам) в 2011г., % (в натуральном выражении)

Диаграмма 30. Продажа вина по субъектам РФ в 2011г., % (в натуральном выражении)

Диаграмма 31. ТОП-10 регионов РФ по объему продаж вина в 2011г., % (в натуральном выражении)

Диаграмма 32. Крупнейшие производители игристых вин в РФ в 2011г., % (в натуральном выражении)

Диаграмма 33. Крупнейшие производители столовых вин в РФ за 2011г., % (в натуральном выражении)

Диаграмма 34. Рейтинг стран мира по объему потребления алкоголя в 2011г., литров на душу населения

Диаграмма 35. Структура потребления крепких спиртных напитков, вина и пива по странам Европы, в пересчете на чистый спирт в год на душу населения

Диаграмма 36. Потребление алкогольных напитков в России в 2011г., % от числа респондентов старше 18 лет