



Маркет
Аналитика

РЕГИОНАЛЬНЫЕ
МАРКЕТИНГОВЫЕ
ИССЛЕДОВАНИЯ

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

Москва, ноябрь 2013



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

4.2. Описание профилей крупнейших игроков Рынка

CEDC («ГК «Русский алкоголь»)

ОАО «Синергия»

Группа заводов Александра Сабадаша

ООО «Алкогольная сибирская группа»

«Татспиртпром»

Башспирт

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. Потребительские предпочтения 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 2012-2013г.

Приложение 2. Рейтинг производителей водки в РФ

Приложение 3. Ограничение времени розничной продажи алкогольной продукции в РФ



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



III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ВОДКИ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА ВОДКИ

1.1. Показатели социально-экономического развития

Внутренний валовой продукт (ВВП)

По данным «ФСГС РФ», объем **ВВП** России за 2012г. составил в текущих ценах ... млрд.руб.
Индекс физического объема ВВП относительно 2011г. составил *****%. Индекс-дефлятор ВВП за 2012г. по отношению к ценам 2011г. составил *****%.

Диаграмма. Динамика ВВП за период 2007-2012гг., в текущих ценах, млрд. руб.

.....

Источник:

Индекс физического объема ВВП относительно II квартала 2012г. составил *****%,
относительно I квартала 2013г. - *****%

.....

1.2. Мировой рынок водки

По данным «ЦИФРРА», ежегодно в мире производится ...-... млн. дал водки. При этом особенность мирового водочного рынка состоит в том, что около **% водки производится в ... странах: Россия, США, Украина, Польша, Белоруссия и Казахстан.

Диаграмма. Структура производства водки по странам, % (в натуральном выражении)

.....

Источник:

Крупнейшими производителями водки в мире являются Россия и США, на долю которых приходится **% и **% производства в натуральном выражении.

.....



1.3. Российский рынок алкогольной продукции

По данным «ФСГС РФ», в 2012г. оборот розничной торговли алкоголем в натуральном выражении составил - ... млн. декалитров, что на ***% меньше, чем в 2011 г.

Диаграмма. Динамика продаж алкогольных напитков и пива населению в 2007-2012г.г., млн. дал.

.....
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 – *%.

.....

1.4. Влияющие и смежные рынки

.....



2. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА ВОДКИ

2.1. Сегментация Рынка по основным видам продукции

Существует большое количество разновидностей вкусовой водки, наиболее популярными являются: кедровая, березовая, ржаная и медовая. По данным компании Nielsen, на долю «вкусовой» водки в начале 2013г. приходилось около **% продаж.

Диаграмма. Структура Рынка по вкусам в 2013г., %

.....

Источник:

Наиболее популярные марки «вкусовой» водки:

- «Березовые бруньки»
- Клюквенные, медовые, лимонные водки «Мягков»
- «Старая марка»
- «Три старика»
- Перечно-медовые и березовые Nemiroff
-

2.2. Сегментация Рынка по видам упаковки

.....

2.3. Ценовая сегментация и ценообразование на Рынке

.....

Динамика цен на Рынке

Средний уровень потребительских цен на **водку обыкновенного качества** составил в октябре 2013 г. около ... руб., что на **% больше уровня цен за аналогичный период прошлого года.



Диаграмма. Динамика средних потребительских цен на водку (обыкновенного качества) в 2012-2013 гг., руб. за литр

.....
Источник:

Средний уровень потребительских цен на водку повышенного качества составлял в октябре 2013г. около ... руб., темпы прироста цен, по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, составили **%.

.....

2.4. Сезонность на Рынке

.....

3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА ВОДКИ

3.1. Объем производства

В последние годы показатели производства водки в России не отличается стабильностью, так если в 2011 году выпуск сократился на *%, то уже по итогам 2012г. производители увеличили производство водки на **% до ... млн. декалитров. В 2013г. вновь наметился спад, так по данным «ФСГС РФ», за **9 мес. 2013г. производство водки** в России сократилось на рекордные **% до ... млн.дал (в январе-сентябре 2012г. – ... млн.дал)

Диаграмма. Объем производства водки в РФ в 2007-2013г.г., млн.дал

.....

Источник:

.....

3.2. Объем импорта



По данным «ФТС РФ», в 2012г. на территорию РФ было ввезено ... **млн.дал** водки. По сравнению с 2011г. импорт увеличился на **% (в 2011г. — ... млн.дал).

Диаграмма. Динамика импорта водки в 2009-2012г.г., млн. дал

.....
Источник:

Согласно данным ФТС, в 2012г. в Россию было ввезено ... млн.дал крепких алкогольных напитков, таким образом, на долю водки приходится около **% от общего объема ввезенного алкоголя, что на ... п.п. больше, чем в 2011г.

Диаграмма. Структура импорта крепких алкогольных напитков в РФ в 2012г., % (в натуральном выражении)

.....
Источник:

Что касается объема импорта в стоимостном выражении, то по итогам 2012г. в Россию было ввезено водки на сумму в ... млн.долл, что на **% больше, чем в 2011г.

3.3. Объем экспорта

Как свидетельствуют данные «ФТС РФ», в 2012г. российские экспортеры увеличили поставки водки за рубеж на **%, по сравнению с 2011 г., до ... **млн.дал** или примерно % от общего объема производства. Необходимо отметить, что «ФТС РФ» предоставляет данные в пересчете на 100-процентный спирт, поэтому специалисты «Маркет Аналитика» пересчитали их на 40-процентную водку.

Диаграмма. Динамика экспорта водки в 2007-2012г.г., млн.дал

.....
Источник:

Объем экспорта российской водки в **стоимостном выражении** составил по итогам 2012г. ... млн. долл., увеличившись по сравнению с 2011 годом на **%.



3.4. Объем и темпы роста Рынка

Диаграмма. Динамика продаж населению водки в 2010-2012г.г., млн. дал.

.....
Источник:

Согласно данным «ФСГС РФ», в 2012г. объем продаж населению **водки** сократился на *% до ... млн. дал (в 2011г. – ... млн. дал.). В 2013г. розничные продажи водки продолжили снижение, так в период с января по сентябрь населению было продано ... млн.дал водки, что на *% меньше, чем за аналогичный период 2012г. (в янв-сент 2012г. – ... млн.дал).

Диаграмма. Динамика розничных продаж водки в РФ в январе-сентябре 2010-2013г., млн.дал

.....
Источник:

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.

4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА ВОДКИ

4.1. Уровень конкуренции, параметры конкуренции

Диаграмма. Крупнейшие производители водки в РФ в 2012г., % (в натуральном выражении)

.....
Источник:



Таким образом, на долю крупнейших водочных объединений приходится около **% всего российского производства водки. По мнению специалистов «ЦИФРРА», в России достаточно иметь не более ... заводов, выпускающих водку – по одному в каждом регионе и ... предприятий федерального значения.

4.2. Описание профилей крупнейших игроков Рынка

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

- «Зеленая Марка»



- Классическая
 - Ржаная
 - Кедровая
- «Журавли»
 - Классическая
- «Маруся»
 - Классическая
 - С ароматом липы и одуванчика
- «Ямская»
 - Классическая
- «Парламент»
 - Классик
 - International
 - Фито
 - Черная смородина
 - Мандарин
- «Талка»
 - Талка
 - Талка особая
- «Урожай»
 - Особая
 - Жгучий перчик
- «Сотка»
- «Гербовая»
 - Традиционная
 - Особая

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

-

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;
- 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

- | | |
|---|--|
| • «BELUGA» | • «Беленькая» |
| • «Русский лёд» <ul style="list-style-type: none">○ Классическая | ○ Классическая |
| • «Мягков» <ul style="list-style-type: none">○ Классическая○ Лимон○ Клюква○ Черная смородина○ На основе янтарной кислоты○ Медовая с перцем | ○ Овсяная |
| | ○ Ржаная |
| | ○ Кедровая |
| | ○ На березовых почках |
| | • «Белое озеро» <ul style="list-style-type: none">○ Классическая |
| | • «Государев заказ» <ul style="list-style-type: none">○ Классическая |

Компания реализует водку в среднем и высоком ценовых сегментах.



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 Новгород);
- ОАО «Мариинский ЛВЗ» (г. Мариинск);
- ОАО «Спиртзавод «Чугуновский» (г. Нижний Новгород).

Продукция компании реализуется по всей России.

Показатели деятельности

-

Преимущества

-

Планы по развитию

.....



Маркет
Аналитика

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

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 Сабадаша								
ООО «Алкогольная сибирская группа»								
«Татспиртпром»								
«Башспирт»								

Источник:



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

.....

5.3. Описание розничного сегмента

Продуктовая и специализированная розница

По данным «ФСГС РФ» в 2012г. оборот розничной торговли продовольственными товарами составил ... млрд.руб., что на *% больше, чем в 2011г., тогда оборот продуктового ритейла составил ... млрд.руб.

Диаграмма. Динамика продуктового ритейла за период 2006-2012 гг., млрд. руб.

.....

Источник:

.....

5.4. Нормативные документы, регулирующие деятельность на рынке

.....

5.5. Основные каналы продвижения на рынке

.....



6. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА ВОДКИ

6.1. Описание потребителей на Рынке

Диаграмма. Частота потребления алкогольных напитков в России в 2009-2012г.г., %

.....

Источник:

За последние годы в России увеличилась доля тех, кто не употребляет алкогольные напитки – с **% в 2009г. до **% в 2012г. В свою очередь, можно отметить сокращение доли россиян, употребляющих алкогольные напитки регулярно.

По данным «ВЦИОМ», чаще всего алкоголь употребляют: мужчины (**%), жители крупных городов (**%) и респонденты 24-44 лет (**-**%). Совсем не употребляют алкоголь, как правило, женщины (**%) и пенсионеры (**%)

.....

6.2. Объем потребления на Рынке

По данным «Минздравсоцразвития РФ», в 2013г. потребление алкогольных напитков на душу населения составило ... л, что на ... л меньше, чем в 2012г. Таким образом, Россия сравнялась по данному показателю с европейскими странами.

Диаграмма. Объем потребления спиртных напитков в РФ в 2010-2013г.г., л/душу населения

.....

Источник:

.....



6.3. Потребительские предпочтения на Рынке

Согласно исследованию Mix Research, проведенному в 2013г. в Москве, около **% опрошенных москвичей в возрасте от 18 до 60 лет являются потребителями крепкого алкоголя, при этом водка остается самым популярным видом крепких алкогольных напитков, которую регулярно употребляют около **% респондентов.

Диаграмма. Предпочтения по видам крепкого алкоголя в Москве в 2013г., %

.....

Источник:

В основном москвичи покупают водку в сетевых магазинах (**%). Далее со значительным отставанием следуют не сетевые магазины у дома (**%), специализированные магазины (**%) и другие.

Диаграмма. Места покупок водки в Москве в 2013г., %

.....

Источник:

По данным опроса, проведенного FDFgroup в 2013г. в Москве, основным критерием выбора водки является качество продукции – **% респондентов. Также большое значение при выборе водки имеет цена (**%) и известность марки среди потребителей (**%).

Диаграмма. Критерии выбора водки в магазинах Москвы в 2013г., %

.....

Источник:

.....



7. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

7.1. Основные тенденции Рынка

-

7.2. STEEPLE-анализ рынка

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:

-



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:

.....

Рисками для компаний, существующих на рынке, могут стать:

-