



Маркет
Аналитика

**ДЕМО-ВЕРСИЯ.
РОССИЙСКИЙ РЫНОК МИНЕРАЛЬНОЙ И ПИТЬЕВОЙ БУТИЛИРОВАННОЙ
ВОДЫ. МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ
И АНАЛИЗ РЫНКА.**

Москва, сентябрь 2012



СОДЕРЖАНИЕ

I. ВВЕДЕНИЕ

II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА МИНЕРАЛЬНОЙ И ПИТЬЕВОЙ ВОДЫ

1. Общая характеристика Рынка

- 1.1. Понятие минеральной воды
- 1.2. Показатели социально-экономического развития
- 1.3. Прогноз по показателям социально-экономического развития
- 1.4. Смежные рынки
- 1.5. Резюме по разделу

2. Структура рынка минеральной воды

- 2.1. Сегментация Рынка по основным видам продукции
- 2.3. Ценовая сегментация Рынка
- 2.4. Сезонность на Рынке

3. Основные количественные характеристики Рынка

- 3.1. Объем Рынка
- 3.2. Темпы роста Рынка
- 3.3. Емкость Рынка
- 3.4. Объем продаж
- 3.4. Резюме по разделу

4. Конкурентный анализ рынка минеральной воды

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



The Coca-Cola Company
PepsiCo
«Вимм-Билль-Данн»
«Висма»
«Нарзан»
«Шишкин Лес Холдинг»

4.3. Резюме по разделу

5. Каналы продаж на рынке минеральной воды

5.1. Особенности сбытовой политики на Рынке

5.2. Ценообразование на Рынке

5.3. Нормативные документы, регулирующие деятельность на Рынке

5.4. Основные каналы продвижения на Рынке

5.5. Резюме по разделу

6. Анализ конечных потребителей рынка

6.1. Описание потребительского сегмента

6.2. Мотивы покупки и потребительские предпочтения на Рынке

6.3. Резюме по разделу

7. Выводы и рекомендации по исследованию

7.1. Основные тенденции Рынка

7.2. PESTEL-анализ Рынка

7.3. Риски и барьеры Рынка

7.4. Перспективы развития Рынка

IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ



ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Цель исследования

Изучение и анализ российского рынка минеральной и питьевой бутилированной воды: 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 выделенным сегментам рынка и выявить наиболее перспективные из них
- Провести конкурентный анализ рынка
- Провести анализ потребителей рынка
- Описать риски, связанные с рынком
- Описать тенденции рынка, а также факторы, влияющие на развитие рынка
- Выявить перспективы развития рынка

Предмет исследования

Российский рынок минеральной и питьевой бутилированной воды (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
- данные государственной статистики и электронные базы данных
- аналитические обзоры, включая профессиональные издания (СМИ)
- сайты производителей и распространителей продукции рынка
- отчеты зарубежных и отечественных исследовательских и консалтинговых компаний



АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА МИНЕРАЛЬНОЙ И ПИТЬЕВОЙ ВОДЫ

Показатели социально-экономического развития

Внутренний валовой продукт (ВВП). Промышленное производство

Объем ВВП России за I квартал 2012г. в текущих ценах составил ... млрд. рублей. Индекс его физического объема относительно I квартала 2011г. составил *****%, относительно IV квартала 2011г. - *****%. Индекс-дефлятор ВВП за I квартал 2012г. по отношению к ценам I квартала 2011г. составил *****%.

Диаграмма. Динамика ВВП за период 2005- июнь 2012 гг. в текущих ценах, млрд. руб.

.....

Источник:

1.4. Смежные рынки

Рынок безалкогольных напитков

Но рынок безалкогольных напитков можно разделить на основные группы:

- газированные,
- негазированные,
- с консервантами,
- без консервантов,
- на сахаре,
- на интенсивных подсластителях,
- низкокалорийные,
- сокосодержащие,
- напитки брожения,
- энергетические,
- спортивные,
- функциональные,



- диабетические,
- обогащенные,
- ароматизированные воды,
- холодные чаи;
- кофейные напитки.

Диаграмма. Объем продаж безалкогольной продукции в России в 2010-2011 гг. в стоимостном выражении, млрд. руб.

.....

Источник:

Рынок соков

Структура рынка

Рынок соков можно сегментировать по следующим основаниям:

1. По способу приготовления:
2. По виду тары
3. По составу

Объем рынка

В 2011 году объем рынка соков в натуральном выражении составил ... млрд. л, что на **% больше чем в 2010 году.

Диаграмма. Динамика объема рынка сока в натуральном выражении в 2010- 2011 гг, млрд.л

.....

Источник:



2. Структура рынка минеральной воды

2.1. Сегментация Рынка по основным видам продукции

Классификация по способу минерализации

По способу минерализации различают:

- природные минеральные воды;
- искусственно минерализованные воды.

Классификация по назначению

Согласно ГОСТ 13273-88, природные минеральные воды можно разделить на три общие группы:

- Столовая минеральная вода
- Лечебно-столовая минеральная вода
- Лечебная минеральная вода
-

Диаграмма. Структура продаж минеральных вод в 2011 г., %

.....

Источник:

2.2. Сегментация Рынка по видам упаковки

На российском рынке упаковки минеральной воды конкурируют:

стекло и ПЭТ.

- Стеклянная упаковка
- Пластиковая/полимерная (ПЭТ)

Диаграмма. Предпочтения потребителей питьевой и лечебной воды по видам упаковки, %

.....

Источник:



2.3. Ценовая сегментация Рынка

Весь ассортимент минеральной воды, представленной на рынке можно разделить на следующие ценовые сегменты:

- Низкий
- Средний
- Премиальный

Наивысшая цена наблюдалась в июле 2011 года в Чукотском АО - руб./л и Москве - ... руб./л, высокий диапазон цен составил ... – ... руб./л.

Диаграмма. Регионы с самыми высокими потребительскими ценами на минеральную воду в июле 2011 года, руб/л.

.....

Источник:

3. Основные количественные характеристики Рынка

3.1. Объем Рынка

Производство

В 2011 г. на территории РФ было произведено ... млрд. полулитров минеральной воды, показатель остался на прежнем уровне 2010 г.

В январе-июне 2012 г. этот показатель вырос на ***% относительно аналогичного периода 2011 года, и составил ... млрд. полулитров, в январе-июне 2011 года объем производства составил ... млрд. полулитров.

Диаграмма. Объем производства минеральной воды в РФ в 2010- июнь 2012 гг., млрд. полулитров, %

.....



Источник:

Импорт и экспорт

Рынок минеральной и питьевой воды в России обеспечивается почти полностью собственным производством. В 2011 году доля импортной продукции составила чуть более *%.

Диаграмма. Структура минеральной и питьевой воды в России в 2011 г., %

.....

Источник:

Потребительские цены

С 2006 по январь-июль 2012 гг. средняя цена за 1 литр минеральной воды в России выросла на ****% с руб. до руб.

Диаграмма. Динамика средних потребительских цен на минеральную воду в 2006 – июль 2012 гг., руб/л,

.....

Источник:

Объем рынка

В 2011 году объем рынка равнялся ... млрд. литров. В денежном выражении это составило ... млрд. долларов. За последние 4 года рынок вырос примерно на **%.

Диаграмма. Объем рынка минеральной и питьевой воды в 2011- прогноз 2012 гг. в натуральном выражении, млрд. л.

.....

Источник:

3.2. Темпы роста Рынка



Касаемо сегмента минеральной и питьевой бутилированной воды темп роста составил в 2011 году **%, в 2010 году этот показатель равнялся **%.

Диаграмма. Динамика развития рынка минеральной и питьевой бутилированной воды в натуральном выражении, %

.....

Источник:

3.3. Емкость Рынка

Емкость российского рынка безалкогольных напитков в 2011 году оценивалась в ... млн. долл. в стоимостном выражении и более чем в ... млрд. литров – в натуральном.

Диаграмма. Динамика потребления минеральной и питьевой бутилированной воды в 2007-2011 гг, л/чел.

.....

Источник:

3.4. Объем продаж

За период с 2007 по 2011 гг. доля продаж в объёме спроса составляла в среднем **%.

По оценкам экспертов, в 2007-2011 гг. натуральный объём продаж минеральных и питьевых вод в Росси увеличился на **0%: с ... млн. л до ... млн. л.

Диаграмма. Объем продаж минеральной и питьевой воды в 2007-2011 гг. в натуральном выражении, млн. л

.....

Источник:



4. Конкурентный анализ рынка минеральной воды

4.1. Уровень конкуренции, параметры конкуренции

Рассматривая основных производителей минеральной воды, PepsiCo и Coca-Cola делят между собой только **% сегмента, семь компаний контролируют **%, а на ... компаний приходится уже **%.

Диаграмма. Доли основных производителей минеральной воды в стоимостном выражении в I полугодии 2011 года, %

.....

Источник:

4.2. Описание профилей крупнейших игроков Рынка

The Coca-Cola Company

www.coca-cola-russia.ru

О компании

Российское представительство было создано в 1991 г. На сегодняшний день суммарные инвестиции концерна в российскую экономику составляют около \$1,8 млрд. В ближайшие годы компания планирует инвестировать ещё \$1,2млрд.

Сейчас в России производится и продается около 125 различных напитков с товарными знаками The Coca-Cola Company в различной упаковке.

Стратегическое развитие

.....

Планы развития



.....

Ассортиментный портфель и портфель брендов в сегменте

-

География деятельности

Российское представительство объединяет более 14 заводов и более 60 дистрибуционных центров в России.

Показатели деятельности

.....

Преимущества

-

PepsiCo

www.pepsico.ru

О компании

Компания PepsiCo является вторым по величине в мире производителем продуктов питания и напитков с годовым оборотом свыше 60 млрд. долларов и штатом в более 285 000 сотрудников, работающих в 215 странах.

Первый завод компании на территории РФ был открыт в Новороссийске в 1974 г.

Инвестиции компании в экономику страны за последние 10 лет составили около \$3 млрд.

Производством и дистрибуцией безалкогольных напитков в России занимается подразделение концерна - ООО «Пепсико Холдингс».

Стратегическое развитие

.....



Планы развития

.....

Ассортиментный портфель и портфель брендов в сегменте

.....

География деятельности

Компания владеет 9 заводами в России, шесть по производству безалкогольных напитков, два завода по выпуску солёных закусок компании Frito Lay (Московская и Ростовская области) и крупнейший в стране производственный комплекс по выпуску натуральных соков - ОАО «Лебедянский».

Открытый в июле 2009 года завод в Домодедово, проектная мощность которого после ввода в строй всех линий превысит 2 млрд. литров в год, станет крупнейшим заводом PepsiCo во всём мире.

Продукцию компании можно приобрести в 98% торговых точек, предлагающих продукты питания, во всех регионах России.

Показатели деятельности

.....

Преимущества

-

Таблица. Сравнительная характеристика крупнейших игроков (производителей) российского рынка минеральной воды

Название компании	Дата основания	Ассортиментный портфель	Портфель брендов	География деятельности	Показатели	Преимущества
-------------------	----------------	-------------------------	------------------	------------------------	------------	--------------



Название компании	Дата основания	Ассортиментный портфель	Портфель брендов	География деятельности	Показатели	Преимущества
<i>The Coca-Cola Company</i>						
<i>PepsiCo</i>						
<i>Висма</i>						
<i>Шишкин Лес Холдинг</i>						
<i>Нарзан</i>						
<i>Вимм-Билль-Данн</i>						

Источник:

5. Каналы продаж на рынке минеральной воды

5.1. Особенности сбытовой политики на Рынке

Схема 1. Цепочка движения товара на Рынке

.....

Источник:

Рассмотрим представленную схему подробнее.

Производители

.....

Дистрибуторы

.....

Розничный сегмент

.....

5.2. Ценообразование на Рынке



Диаграмма. Динамика средних цен производителей на минеральную воду в 2010- июль 2012 гг., руб./тыс.пол.л

.....

Источник:

5.3. Нормативные документы, регулирующие деятельность на Рынке

.....

5.4. Основные каналы продвижения на Рынке

Основными каналами продвижения минеральной и питьевой воды на российском рынке являются:

- реклама в СМИ
- мероприятия и акции в розничных магазинах, мерчендайзинг
- спонсорская поддержка публичных и официальных мероприятий
- сотрудничество с предприятиями физкультурно-оздоровительного комплекса, медицинскими учреждениями и аптеками.

Диаграмма. Распределение рекламных бюджетов производителей минеральной воды в 2009-2011 гг. по полугодиям, млн. руб. с НДС.

.....

Источник:

6. Анализ конечных потребителей рынка

6.1. Описание потребительского сегмента

Всего по состоянию на 1 января 2012 года численность населения России составила ... млн. человек, из которых ... млн. проживает в городе, а ... млн. в сельской местности.



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

.....

Источник:

Таблица. Структура населения по величине среднедушевых денежных доходов в 2010-2011 гг., %

Доход, руб.	2010				2011			
	I квартал	I полу- годие	9 месяцев	год	I квартал	I полу- годие	9 месяцев	год

Источник:

6.2. Мотивы покупки и потребительские предпочтения на Рынке

Предпочтения

По данным исследования, проведенного в ... крупнейших городах России с января по июль 2010 года, минеральная вода занимает наибольшую долю рынка бутилированных вод – ****% от общего объема продаж в натуральном выражении. Доля сегмента столовой минеральной воды первом полугодии 2010 года с ****% до ****%.

Диаграмма. Предпочтения потребителей на рынке бутилированной воды



.....

Источник:

7. Выводы и рекомендации по исследованию

7.1. Основные тенденции Рынка

.....

7.2. PESTEL-анализ Рынка

Таблица. PEST-анализ российского рынка

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

Источник:



Таки образом, среди **факторов, благоприятствующих** развитию рынка можно отметить следующие:

-

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

-

7.3. Риски и барьеры Рынка

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

.....

Рисками для компаний, существующих на рынке, могут стать:

-

7.4. Перспективы развития Рынка

.....