



Маркет
Аналитика

**ДЕМО-ВЕРСИЯ
РОССИЙСКИЙ РЫНОК ВОДКИ
(ОБНОВЛЕНИЕ 2011)**

Москва, август 2011

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
- 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
- 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

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА

Рынок алкогольной продукции в России практически всегда играл большую роль в экономике. Несмотря на то, что за последние 25 лет доля алкоголя в товарообороте страны сократилась, алкогольный рынок по-прежнему занимает лидирующие позиции среди других рынков продовольственных товаров, как по темпам развития, так и по доле отчислений в бюджет.

.....
Несколько лет назад в РФ была создана **«Федеральная служба по регулированию алкогольного рынка»** («Росалкогольрегулирование») (www.fsrar.ru). «Росалкогольрегулирование» является федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по:

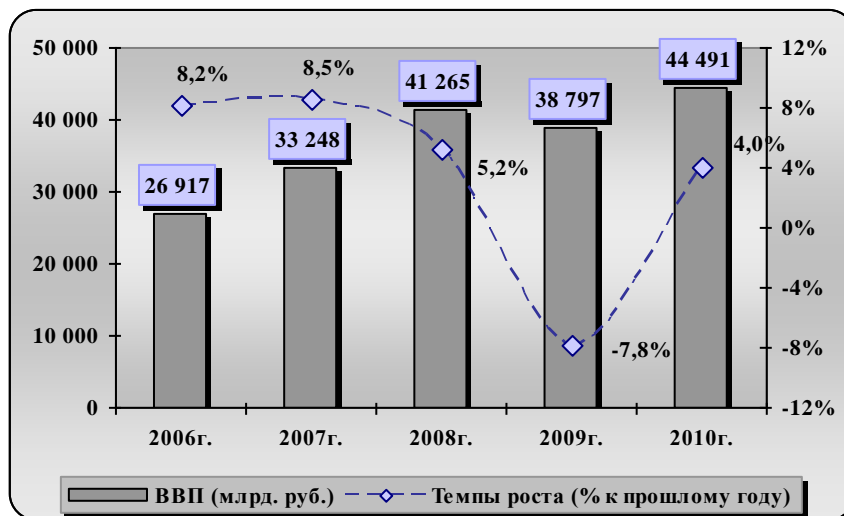
- Выработке и реализации государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции
- Контролю за производством и оборотом этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции
- Надзору и оказанию услуг в этой сфере

.....
Рынок водки, 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

- Объем розничной торговли

Диаграмма. Динамика ВВП за период 2006-2010гг., в текущих ценах, млрд. руб.



Источник:

.....

Ежегодно в мире потребляется **7-8 млрд. бутылок** водки.

Россия по потреблению водки находится на втором месте после США.

.....

Российские марки широко представлены в водочном рейтинге: в него попали **девять отечественных брендов** пяти производителей. Однако большинство из них показали снижение объемов продаж на мировом рынке.

.....

К влияющим рынкам можно отнести рынки сырья и рынок тары и упаковки. Для производства водки используются различные зерновые культуры, наиболее популярными являются пшеница и рожь.

.....

После рекордного 2008г., когда урожай зерновых культур превысил 108 млн. тонн, в 2009г. **валовой сбор зерна** сократился на 10,2% до **97,1 млн. тонн.**

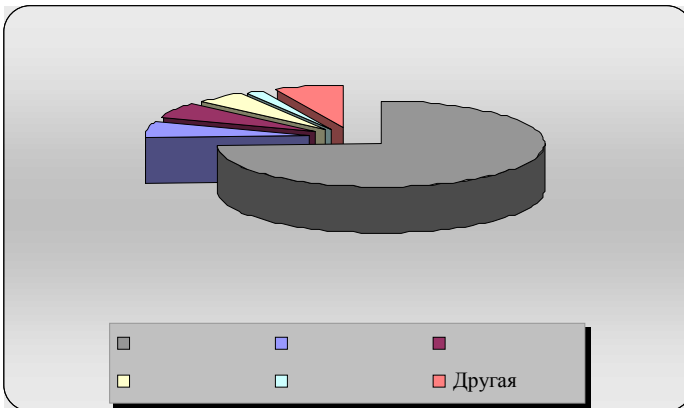
Сегментация Рынка

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

1. Классическая водка
2. Вкусная водка

Существует большое количество разновидностей вкусовой водки, наиболее популярными являются: ..., березовая, ... и Однако лидером Рынка является ..., на долю которой приходится около...% Рынка.

Диаграмма. Структура Рынка по вкусам, %



Источник: ...

.....

Что касается **упаковки**, то значительная часть российской водки реализуется в стеклянной бутылке.

.....

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 1. Ценовая сегментация рынка водки в начале 2011г.

Сегмент	Ценовые границы
Эконом	
Mass-market	
Low-premium	
Middle-premium	
High-premium	
Super high-premium	

Источник: ...

Нижняя граница цены расположена на отметке в 98 руб. за 0,5 л (в соответствии с распоряжением «Росалкогольрегистрации»).

По словам ..., на долю сегмента mass-market приходится ... рынка.

.....

Средний уровень потребительских цен на **водку выше обычного качества** составил в июне 2011г. около ... руб., что на 9,8% больше уровня цен за аналогичный период прошлого года.

ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА

По данным «...», в 2010г. **производство водки** в России увеличилось на 3,7% до ... млн. дал.

Из всех крепких алкогольных напитков в России, лишь производство водки выросло в 2010 г.

По другим видам алкогольных напитков наблюдался спад:

- Производство ЛВИ крепостью менее 25 градусов снизилось на ...% (... млн. дал)
- Производство ЛВИ крепостью более 25% снизилось на ...% (... млн. дал)
- Производство коньяка снизилось на ...% (... млн. дал).

Среди причин снижения производства крепких алкогольных напитков в 2010г., эксперты называют:

...

Таблица 2. Крупнейшие заводы-производители водки в 2009-2010г.г.

Предприятие	Регион	Производство (млн.дал)		Динамика, %
		2009г.	2010г.	
ЛВЗ Топаз	Московская обл.			
ОАО Московский завод Кристалл	Москва			
ООО Омсквинпром	Омск			
ОАО Татспиртпром	Татарстан			
ОАО Башспирт	Башкирия			
ООО Традиции качества	Краснознаменск			
Сибирский ЛВЗ	Новосибирская область			
Мариинский ЛВЗ	Кемеровская область			
Парламент Продакшн	Московская обл.			
Глазовский ЛВЗ	Удмуртская республика			

Источник: ...

Рассчитаем долю **крупнейших заводов-производителей** водки в РФ.

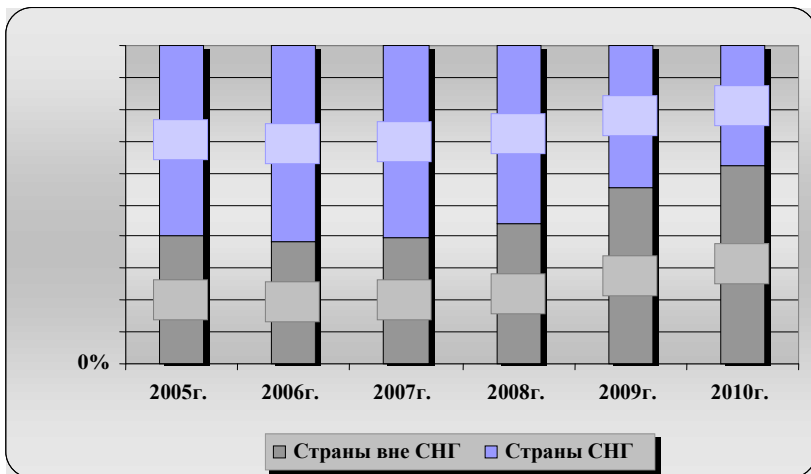
.....

По данным компании, в 2010г. на территорию **РФ было ввезено ... млн. дал водки**. По сравнению с 2009г. импорт увеличился на ..% (в 2009г. – ... млн.дал).

В **структуре импорта** крепких алкогольных напитков в РФ, наибольшую долю занимает ... – около ...% (в натуральном выражении).

Среди **крупнейших экспортеров** крепких алкогольных напитков в РФ, лидером является Украина

Диаграмма. Структура экспорта российской водки в динамике за период 2005-2010 гг.



Источник: ...

.....

Объем нелегальной продукции на отечественном рынке, по данным «...», составляет ... млн.дал.

Согласно данным «ФСГС РФ», в 2010г. объем продаж населению **водки и ЛВИ** сократился на ...% до ... млн. дал (в 2009г. – ...млн. дал.).

По оценке «Маркет Аналитика», **объем** российского рынка водки в 2010г. составил – ... млн.дал, что на ...% больше, чем в 2009г., тогда показатель объема достиг отметки в ... млн.дал.

КОНКУРЕНЦИЯ НА РЫНКЕ

Как мы уже отмечали, большинство заводов-производителей водки входят в состав крупных холдинговых компаний. В число лидеров, по объему суммарного производства, входят следующие объединения (в I полугодии 2011г.):¹

- Русский алкоголь (CEDC) – ...
- Группа Синергия – ... млн.дал
- Группа заводов Василия Анисимова – ... млн.дал
- Алкогольная сибирская группа – ... млн.дал
- Татспиртпром – ... млн.дал
- Башспирт – ... млн.дал

ЗАО «ГК «Русский алкоголь»

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;

¹www.alconews.ru

- Вино

Ассортиментный портфель и портфель брендов в сегменте водки

- «Зеленая Марка»
 - Классическая
 - Ржаная
 - Кедровая
 - International
 - Фито
 - Черная смородина
 - Мандарин
- «Журавли»
 - Классическая
- «Маруся»
 - Классическая
 - С ароматом липы и одуванчика
- «Ямская»
 - Классическая
- «Парламент»
 - Классик
- «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

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

- ...
- В I полугодии 2011г. компания произвела ... млн.дал водки
- Доля компании на рынке – ...%
- ...

Преимущества

- ...
- Значительная доля на рынке крепкого алкоголя;
-

Планы по развитию

- Развитие и повышение эффективности производства и реализации продукции;
- Увеличение рентабельности и доходности;
- ...
- ...

Группа заводов Василия Анисимова

О компании

В 2010г. российский предприниматель Василий Анисимов выкупил у банка «ВТБ» контрольные пакеты акций 11 алкогольных предприятий России, ранее входивших в ОАО «Росспиртпром». Данная сделка позволила г-ну Анисимова стать владельцем группы заводов, входящих в тройку лидеров по совокупному объему производства водки.

Группа заводов Василия Анисимова включает в себя следующие активы:

- ОАО «Московский завод «Кристалл»
- ОАО «Иткульский спиртзавод»

- ОАО «Астраханский ЛВЗ»
- ОАО «Бахус»
- ОАО «Брянскспиртпром»
- ОАО «Великоустюгский ЛВЗ»
- ОАО «Люкс»
- ОАО «Мордовспирт»
- ОАО «Пензаспиртпром»
- ОАО «Череповецкий ЛВЗ»
- ОАО «Ликеро-водочный завод «Ярославский»

Направления деятельности

- Производство и дистрибуция спирта;
- Производство и дистрибуция ликероводочной продукции;

Ассортиментный портфель и портфель брендов в сегменте водки

Основными водочными брендами являются:

- «Привет»
- «Золотое кольцо»
- «Путинка»
- «Кристалльная»
- «Старая Москва»
- «Посольская»
- «Праздничная».
- «Столичная»
- «Московское время»
- «Чистый кристалл»
- и др.

География деятельности

Продукция компании реализуется по всей России

Показатели деятельности

В I полугодии 2011 г. доля компании на Рынке составила ...% в натуральном выражении.

Объем производства водки сократился в I полугодии 2011г., по сравнению с аналогичным периодом 2010г., на ...% до ... млн.дал

Преимущества

- Популярность брендов

Планы по развитию

- ...

«Татспиртпром»

<http://tatspirtprom.ru>

О компании

Компания «Татспиртпром» была создана в 1997 году, благодаря содействию Правительства Республики Татарстан.. Сегодня в ОАО «Татспиртпром» входят 8 спиртовых, 5 ликероводочных заводов Республики Татарстан, а также винзавод в Казани. Оптовая реализация продукции компании «Татспиртпром» в настоящее время происходит через дистрибьютора - ООО «Алкоторг».

Направления деятельности

- Производство и реализация крепкого алкоголя:
 - Водка



- Настойка (сладкая и горькая)
 - Бальзам
 - Ликеро-водочная продукция
 - Вина
 - Шампанское
 - Коньяк
-

Таблица. Сравнительная характеристика крупнейших факторов на российском рынке

Компания	Год основания	Направления деятельности	Ассортиментный портфель	Портфель брендов	География деятельности	Доля на Рынке	Преимущества	Планы по развитию
ЗАО «ГК «Русский алкоголь»			•	•	•	•	•	•
ОАО «Синергия»			•	•	•	•	•	•
Группа заводов В.Анисимова			•	•	•	•	•	•
ООО «Алкогольная сибирская группа»			•	•	•	•	•	•
«Татспиртпром»				•	•	•	•	•
Башспирт				•	•	•	•	•

Источник: Маркет Аналитика



КАНАЛЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

У производственных предприятий российского водочного рынка существуют следующие каналы сбыта:

- Через дистрибьюторов, как правило, постоянных;
- Через собственную дистрибьюторскую сеть;
- Самостоятельная доставка продукции в точки продажи;
- Развитие собственной розничной сети.

Дистрибуция – одна из важнейших составляющих бизнеса алкогольных компаний. От того насколько эффективно работает система дистрибуции зависит успех алкогольных брендов на рынке и позиция компании по отношению к конкурентам.

По данным из открытых источников, к числу крупных дистрибуторов алкогольной продукции можно отнести:

- Холдинговая компания «Торал»
- Компания «Регион 50»
- «Форвард»

Рассмотрим представленные компании подробнее.

Таблица. Сравнительная характеристика крупнейших дистрибуторов российского рынка водки

Название компании	Дата основания	Направления деятельности	Портфель брендов	География деятельности	Преимущества
<i>Торал</i>	1998г.		•		•
<i>Регион 50</i>	2003		•		•



Название компании	Дата основания	Направления деятельности	Портфель брендов	География деятельности	Преимущества
Форвард	2002		•		•

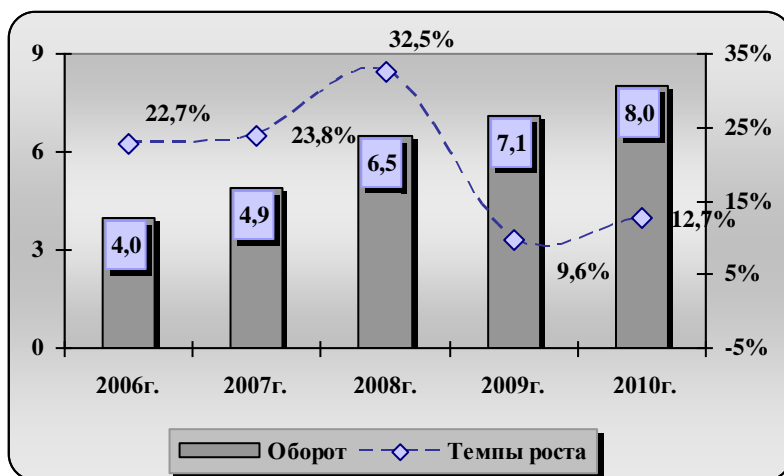
Источник: «Маркет Аналитика»

ОПИСАНИЕ РОЗНИЧНОГО СЕГМЕНТА

Водка, как и другая алкогольная продукция, реализуется через специализированные и неспециализированные предприятия (продуктовый ритейл), а также предприятия HoReCa.

По данным «ФСГС РФ» в 2010г. оборот розничной торговли продовольственными товарами составил **8,0 трлн. руб.**, что на 12,5% больше, чем в 2009г., тогда оборот продуктового ритейла составил 7,1 трлн. руб.

Диаграмма 1. Динамика продуктового ритейла за период 2006-2010 гг., трлн. руб.



Источник: «...



Сетевые розничные точки в сегменте торговли продуктами питания можно классифицировать также по ценовой политике и территориальному охвату сети.

В зависимости от ценовой политики продуктовые точки классифицируются следующим образом:

- Премиум-класс – «Азбука Вкуса», «Седьмой континент: 5 звезд», «...», «...»
- Средний класс – «...», «...», «Перекресток», «...»
- Масс-маркеты – ..., Villa, «...»
- Нижний сегмент – «...», «Копейка», «...».

Что касается специализированных сетей, то на российском алкогольном рынке в настоящее время работает более 70 сетевых операторов, осуществляющих продажу алкогольной продукции.² Наибольшее развитие специализированные алкогольные сети получили в крупных городах России, по количеству таких сетей лидируют Москва и Санкт-Петербург.

Предприятия общественного питания

Основными видами предприятий общественного питания принято считать: ресторан, бар, кафе, столовая закусочная и другие. Также в понятие общественного питания входят заведения (бары, кафе, рестораны), расположенные в таких местах проведения досуга, как кинотеатры, специализированные развлекательные центры и другие.

После спада в 2009г., вызванного экономическим кризисом, в 2010г. оборот общественного питания увеличился на ...% и составил ... млрд. руб.

² <http://www.advertology.ru/article63848.htm>



Брендинг на российском рынке водки

Помимо качества брендированный товар, в данном случае водка должна обладать рядом свойств: определенным имиджем, особой рецептурой, а также в него должны быть заложены особые идеи бренда.

Идеи бренда можно разделить на 3 больших блока:

- Ситуативные модели - ...
- ролевые модели - ...
- культурный фактор - ...

.....

Примеры культурного фактора в брендинге:

- ...
- Водка «Зеленая марка» - культура исторического периода;
- ...
- ...

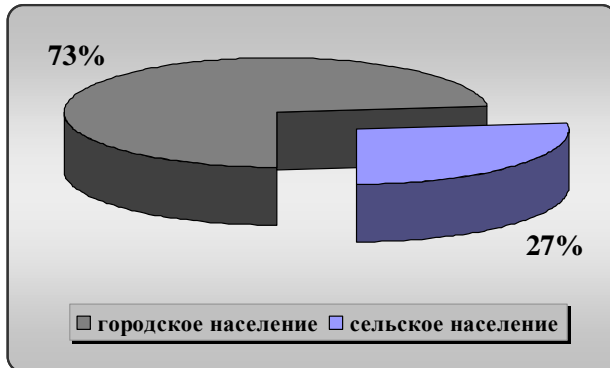
ОПИСАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НА РЫНКЕ

В России число людей, употреблявших хотя бы раз за полгода любые алкогольные напитки в последние годы составляет в среднем ...% населения (в возрасте 16-ти лет и старше). При этом самые потребляемые виды алкоголя в стране - это пиво и водка.

По данным Госкомстата численность населения России по состоянию на 1 января 2010 года составила 141,9 млн. человек, из которых 103,7 млн. проживает в городе, а 38,2 млн. в сельской местности.



Диаграмма. Структура населения России по территориальному признаку



Источник: ...

Молодые люди от 18 до 35 лет, как правило, покупают водку ... в месяц (, тогда как покупающих водку чаще значительно больше среди граждан следующих возрастных категорий:

- 12% в группе ... лет
- 15% в группе ... лет
- 5% в группе ... лет
- 8% в группе ... лет

.....

В 2010 году среднедушевое потребление **водки и ЛВИ** составило ... литров, что на ...% меньше, чем в 2009г. Пик потребления водки наблюдался в 2003 году, когда этот показатель достиг ... литров на человека в год.

По данным ..., лидером по объему продаж водки в мире в 2010г., среди российских водочных брендов, являлась водка «...». Далее следуют:

- «...»
- «Путинка»
- «Беленькая»
- «...»
- «...»



В субпремиальном сегменте лидирует водка «Парламент», даже, несмотря на то, что это самый дорогой бренд в сегменте. Предпочтение данной марке отдают более ...% респондентов. В тройку лидеров также входит водка «...» (...%) и Nemiroff (...%).

.....

STEEPLE - АНАЛИЗ РЫНКА

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

S	Социальные факторы
	<ul style="list-style-type: none">• ... (-/+)• ... (-)
T	Технологические факторы
	<ul style="list-style-type: none">• ... (+)• (+)
E	Экономические факторы
	<ul style="list-style-type: none">• ... (+)• ... (-)• ... (+)
E	Факторы окружающей среды
	<ul style="list-style-type: none">• ... (-)• (-)
P	Политические факторы
	<ul style="list-style-type: none">• (+/-)• ... (+)
L	Правовые факторы
	<ul style="list-style-type: none">• (+)• ... (-)
E	Этические факторы
	<ul style="list-style-type: none">• ... (-)



РИСКИ И БАРЬЕРЫ РЫНКА

Среди **барьеров** для выхода на рынок нового игрока могут стать следующие факторы:

.....

Рисками для компаний, существующих на рынке, могут стать:

.....

Перспективы факторинга в России.....

Перечень таблиц и диаграмм

Диаграмма 2. Динамика ВВП за период 2006-2010гг., в текущих ценах, млрд. руб.

Диаграмма 3. Прогноз величины ВВП на 2010-2013г.г., %.

Диаграмма 4. Индекс потребительских цен, в 2010-2011г.г., % к предыдущему месяцу

Диаграмма 5. Уровень занятости в июне 2011г., %

Диаграмма 6. Уровень безработицы по федеральным округам в июне 2011г. (% от численности экономически активного населения)

Диаграмма 7. Динамика среднемесячной номинально начисленной заработной платы, руб.

Диаграмма 8. Оборот розничной торговли в 2006-2010г.г., трлн. руб.

Диаграмма 9. Динамика оборота розничной торговли за период 2010-2011 гг., млрд. руб.

Диаграмма 10. Структура оборота розничной торговли в мае 2011г., %

Диаграмма 11. Структура оборота розничной торговли в зависимости от места реализации товара, в мае 2011г., %

Диаграмма 12. Структура потребления водки по странам, %

Диаграмма 13. Динамика продаж алкогольных напитков и пива населению в 2006-2010г.г., млн. дал.



Диаграмма 14. Структура продажи алкогольных напитков и пива, % к итогу (в абсолютном алкоголе)

Диаграмма 15. Структура рынка алкогольных напитков и пива по регионам в натуральном выражении в 2010г., %

Диаграмма 16. Структура продажи алкогольных напитков и пива, % (в натуральном выражении)

Диаграмма 17. Структура продаж водки по регионам в 2010г., % (в натуральном выражении)

Диаграмма 18. Структура урожая по видам зерновых и зернобобовых культур в 2010г., %

Диаграмма 19. Структура посевных площадей в РФ по видам с/х культур в 2010г., %

Диаграмма 20. Динамика валового сбора зерновых культур в 2006-2010г.г., млн. тонн.

Диаграмма 21. Средние цены производителей на зерно и зерновые культуры в 2010-2011г.г., тыс.руб./т

Диаграмма 22. Динамика выпуска бутылок в РФ за 2006-2010г.г., млрд. шт.

Диаграмма 23. Динамика производства бутылок из стекла для напитков и пищевых продуктов в 2010-2011г.г., млн.шт.

Диаграмма 24. Динамика импорта стекlobутылок в 2009-2010г.г., млн.шт.

Диаграмма 25. Динамика экспорта стекlobутылок в 2009-2010г.г., млн.шт.

Диаграмма 26. Структура Рынка по вкусам, %

Диаграмма 27. Динамика средних потребительских цен на водку (выше обыкновенного качества) в 2010-2011 гг., руб. за литр

Диаграмма 28. Динамика средних потребительских цен на водку (выше повышенного качества) в 2010-2011 гг., руб. за литр

Диаграмма 29. Объем производства водки в РФ в 2009-2010г.г., млн.дал

Диаграмма 30. Динамика производства водки в РФ в I полугодии 2010-2011г.г., млн.дал

Диаграмма 31. ТОП-10 заводов-производителей водки в РФ в 2010г.г., % (в натуральном выражении)

Диаграмма 32. Объем производства водки на ЛВЗ «Топаз» в 2009-2010г.г., млн.дал

Диаграмма 33. Объем производства водки на ОАО «Московский завод «Кристалл» в 2009-2010г.г., млн.дал



- Диаграмма 34. Объем производства водки на ОАО «Омсквинпром» в 2009-2010г.г., млн.дал
- Диаграмма 35. Динамика импорта водки в 2009-2010г.г., млн. дал
- Диаграмма 36. Структура импорта крепких алкогольных напитков в РФ в 2010г., % (в натуральном выражении)
- Диаграмма 37. Страны-экспортеры крепких спиртных напитков в 2010г., %
- Диаграмма 38. Крупнейшие компании-импортеры крепких спиртных напитков на российском рынке, % (в натуральном выражении)
- Диаграмма 39. Динамика экспорта водки в 2006-2010г.г., млн.дал
- Диаграмма 40. Динамика экспорта российской водки в стоимостном выражении, млн. долл.
- Диаграмма 41. Структура экспорта российской водки в динамике за период 2005-2010 гг.
- Диаграмма 42. Динамика продаж населению водки и ЛВИ в 2006-2010г.г., млн. дал.
- Диаграмма 43. Объем рынка водки в 2009-2010г.г., млн.дал
- Диаграмма 44. Крупнейшие производители водки в РФ в I полугодии 2011г., % (в натуральном выражении)
- Диаграмма 45. Объем производства водки «Татспиртпром» в 2009-2010г.г., млн.дал
- Диаграмма 46. Структура продуктового ритейла по показателю оборота, %
- Диаграмма 47. Динамика продуктового ритейла за период 2006-2010 гг., трлн. руб.
- Диаграмма 48. Структура рынка общественного питания
- Диаграмма 49. Динамика рынка общественного питания за период с 2007-2011 гг. в стоимостном выражении, млрд. руб.
- Диаграмма 50. Структура населения России по территориальному признаку
- Диаграмма 51. Возрастной состав населения России, % от общей численности населения
- Диаграмма 52. Динамика потребления водки и ЛВИ в 2006-2010г.г., литров на душу населения
- Диаграмма 53. Наиболее популярные бренды водки, по уровню потребления, %
- Диаграмма 54. Наиболее популярные бренды водки в субпремиальном сегменте, %
- Таблица 3. Самые продаваемые в мире водочные марки по итогам 2010г.
- Таблица 4. Ценовая сегментация рынка водки в начале 2011г.



Таблица 5. Доли основных ценовых сегментов рынка водки, %

Таблица 6. Крупнейшие заводы-производители водки в 2009-2010г.г.

Таблица 7. Исходные данные для расчета объема рынка кондитерских изделий в 2009-2010г.г.

Таблица 8. Сравнительная характеристика крупнейших игроков российского рынка водки

Таблица 9. Сравнительная характеристика крупнейших дистрибуторов российского рынка водки

Таблица 10. Сегментация сетей розничной торговли продуктами питания по территориальному охвату

Таблица 11. Структура населения по величине среднедушевых денежных доходов

Таблица 12. Крупнейшие российские водочные бренды в 2010г., млн. 9-литровых кейсов

Схема 1. Цепочка движения товара на Рынке