Маркет
Аналитика

ДЕМО ВЕРСИЯ

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ПИВА

Москва, август 2010

ОГЛАВЛЕНИЕ

I. ВВЕДЕНИЕ
II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ
III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ПИВА
1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА
1.1. Понятие пива
1.2. Показатели социально-экономического развития
1.3. Мировой рынок пива
1.4. Российский рынок алкогольной продукции
1.5. Влияющие рынки
1.6. Резюме по разделу
2. СТРУКТУРА РЫНКА ПИВА
2.1. Сегментация Рынка по основным видам пива
2.2. Сегментация Рынка по видам упаковки
2.3. Ценовая сегментация Рынка
2.4. Сезонность на рынке пива
2.5. Резюме по разделу
3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА
3.1. Общие количественные характеристики Рынка
3.3. Резюме по разделу
4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА ПИВА
4.1. Конкуренция на рынке пива
4.2. Описание профилей крупнейших игроков российского рынка пива
Пивоваренная компания «Балтика»
«САН ИнБев»
Группа компаний Heineken
«САБМиллер РУС»
Группа компаний Efes
Группа Компаний «Очаково»
4.3. Резюме по разделу
5. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ ПИВА
5.1. Особенности сбытовой политики на рынке пива
5.2. Реклама на рынке пива
5.3. Описание розничного сегмента
5.4. Резюме по разделу
6. АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА ПИВА
6.2. Особенности и структура потребления пива
6.3. Резюме по разделу
7. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЯ
7.1. Основные тенденции рынка пива
7.2. PEST-анализ рынка
7.3. Риски и барьеры Рынка
IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

I. ВВЕДЕНИЕ

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 федеральный и региональные бюджеты.

Одним из самых перспективных сегментов алкогольной продукции является рынок пива. После сокращения потребления в 1985–1990 годах, начиная с 1995 года, наблюдается тенденция роста потребительского спроса. Сегодня потребление пива практически в 2,5 раза превышает уровень 60-х годов.

За годы своего существования российский рынок пива прошел долгий путь развития. Существовавший в советский период рынок пива был совершенно неконкурентоспособен, и потому, после распада СССР, он практически полностью формировался за счет импорта. Простой и закрытие российских производств объяснялись следующими причинами:

- Устаревшими технологиями производства, не позволявшими выпускать продукцию долгого хранения;
- Низким качеством продукции;
- Неотраженной системой дистрибуции продукции;
- Восприятием советского пива как напитка наименее обеспеченных слоёв общества.

Однако со временем отечественные предприятия начали постепенно менять свой подход к ведению бизнеса. Многие пивоваренные предприятия отказались от старых брендов, стремясь к продвижению продукта, отвечающего требованиям рынка. Кроме того, серьезные усилия были направлены на выстраивание системы сбыта, без которой противопоставить себя зарубежным производителям было невозможно.

В настоящее время отечественная пивоваренная отрасль включает в себя современные предприятия (как российские, так зарубежные), что позволяет не только наполнять рынок за счет продукции, произведенной на территории России, но и экспортировать пиво во многие страны мира.

Глобальный финансовый кризис внес свои коррективы в развитие, как всего рынка алкогольной продукции, так и сегмента пива. В связи с этим актуальной задачей игроков рынка алкогольной продукции стало не просто повышение эффективности своей деятельности и внедрении инновационных решений, а сохранение и укрепление своих позиций в условиях экономического кризиса, а также удержание и расширение своих конкурентных преимуществ в условиях снижающейся покупательской способности.

Данное маркетинговое исследование необходимо для понимания сложившейся ситуации на рынке.

III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ПИВА

1. Общая характеристика рынка

1.1. Понятие пива

Пиво - умеренно-алкогольный напиток, получаемый спиртовым брожением солодового сусла с помощью пивных дрожжей, обычно в присутствии хмеля. Содержание алкоголя в большинстве сортов пива 3-6% об (иногда и выше, крепкое пиво содержит, как правило, 8% об., иногда даже и до 12 % об.), питательных веществ (в основном углеводов) – 7-10 %, углекислого газа - 0,3-0,4 %.

…

1.2. Показатели социально-экономического развития

В настоящее время российская экономика постепенно восстанавливается от последствий мирового финансового кризиса и прежде всего, благодаря реализации антикризисных мер и адаптации экономики к изменившимся условиям.

Для большей наглядности, приведем описание фаз протекания кризиса в 2009-2010г.г.[1]

1. С января по февраль 2009г. – **инерция кризиса.** Для данного этапа были характерны следующие особенности:
    - Рост оттока капитала, вызванный как негативными ожиданиями, так и действиями Центрального банка, вынужденного поддерживать ликвидность банковской системы. Как следствие - наращивание покупок валюты и девальвация рубля
    - Ухудшение финансового положения предприятий, за счет роста

[1] «Центр макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования», 2009г.

внереализационных расходов, вызванных переоценкой валютных обязательств в условиях девальвации рубля.

- Сокращение инвестиций в основной капитал, вследствие роста рисков по кредитам, а также снижения притока капитала из-за рубежа
- Кризис краткосрочного кредитования
- Спад производства практически во всех отраслях экономики, включая потребительские

В этот же период, государством было предпринято ряд мер, направленных на снижение потерь от кризиса, в числе которых:

- Поддержка банковской системы через системы государственных банков, беззалоговых кредитов и пр.
- Снижение давления на золотовалютные резервы

2. С марта по май 2009г. – **стабилизация в валютно-финансовой системе**.
   Благодаря проведению политики «дорогих денег»[2], период девальвации остановился, что привело к изменению экономической ситуации, в частности, произошло снижение давления на валютный рынок, а уровень обменного курса держался в установленных рамках. В различных секторах экономики начали происходить изменения.
   - Компаниям **нефинансового сектора** было необходимо переходить к самофинансированию, по средствам внутренней адаптации компании к изменившимся условиям развития. Помимо организационных изменений, компании были вынуждены сократить издержки на оплату труда. Учитывая повышение цен на сырьевые товары, к середине 2009г. практически все отрасли экономики оказались в зоне прибыльности.

[2] **Политика «дорогих денег»** - проводится Центробанком, прежде всего, как антиинфляционная политика. Для того чтобы сократить денежное предложение, ограничивается денежная эмиссия, осуществляется продажа государственных ценных бумаг на открытом рынке, увеличивается минимальная резервная норма, увеличивается учётная ставка

- **Для <u>банковского сектора</u>** новая ситуация означала необходимость функционировать под воздействием двух основных факторов:
    - Работа с «дорогими» ресурсами (депозиты населения и средства Банка России)
    - Работа в условиях возросших рисков кредитования

Результатом стало снижение кредитной активности банков, при усилении требований к финансовому положению заемщиков. Стоит отметить, что на рынке кредитования остались в основном крупные банки, имеющие дополнительные возможности по работе с клиентами, например широкая филиальная сеть, налаженная система работы с корпоративными клиентами и др.

3. С июня по декабрь 2009г. – **предпосылки стабилизации или перерыв спада.**
Однозначно оценить данный период времени достаточно сложно, поскольку происходящие события имели как позитивную, так и негативную направленность.

Факторы стабильности:

- Адаптация компаний к самофинансированию, в результате чего стабилизировался уровень инвестиций в основной капитал.
- Российская экономика ощутила на себе эффект от увеличения мировых цен на сырье, и прежде всего - нефть.
- Облегчение доступа компаний к кредитным ресурсам.

В числе **негативных факторов**, замедляющих стабилизацию экономики, основным является - снижение занятости и реальных доходов населения, вызвавшее снижение потребительских расходов. При этом стоит отметить, что данный фактор является следствием адаптации предприятий к сложной экономической обстановке.

4. С января по май 2010г. – **постепенный выход из кризиса**

   По словам председателя Банка России Сергея Игнатьева, российская экономика медленно, но достаточно уверенно выходит из кризиса, а в числе проблем он назвал волатильность[3] на мировых товарных и финансовых рынках.[4]

В свою очередь премьер-министр РФ В.В. Путин, не недавнем совещании по вопросам сценарных условий развития экономики на 2011-2013г.г., отметил, что экономический спад будет преодолен в ближайшие три года.[5]

Основной вопрос, который беспокоит всех, начиная от политиков и заканчивая обычными гражданами – приобретет ли наметившийся тренд необходимую устойчивость или нас ожидает волна кризиса во второй половине 2010г. Ответ на этот вопрос будет зависеть от того, насколько грамотно будет использован наметившийся тренд.

Так, Министр экономического развития Российской Федерации Э.С. Набиуллина, на совместном заседании коллегий Минэкономразвития России и Минфина России озвучила 7 основных приоритетов деятельности министерства в 2010г.:[6]

- Улучшение инвестиционного климата
- Стимулирование инноваций
- Энергоэффективность
- Малый и средний бизнес

---

[3] **Волатильность** - финансовый показатель, характеризующий тенденцию рыночной цены или дохода, изменяющийся во времени. Является важнейшим финансовым показателем и понятием в управлении финансовыми рисками, где представляет собой меру риска использования финансового инструмента за заданный промежуток времени.

[4] Источник: «Reuters» от 21.05.2010г.

[5] Источник: «Правда.Ру» от 25.05.2010г.

[6] Источник: «Минэкономразвития России» - «Итоги деятельности Министерства экономического развития Российской Федерации в 2009 году и задачи на 2010 год», от 14.05.2010г.

- Повышение эффективности внешнеэкономической политики, интеграция в рамках Единого экономического пространства и Таможенного союза
- Управление госсобственностью и приватизация
- Повышение эффективности государственного управления

Все эти приоритеты связаны между собой одной идеологией – создание среды для реализации потенциала модернизации и создания новых производств.

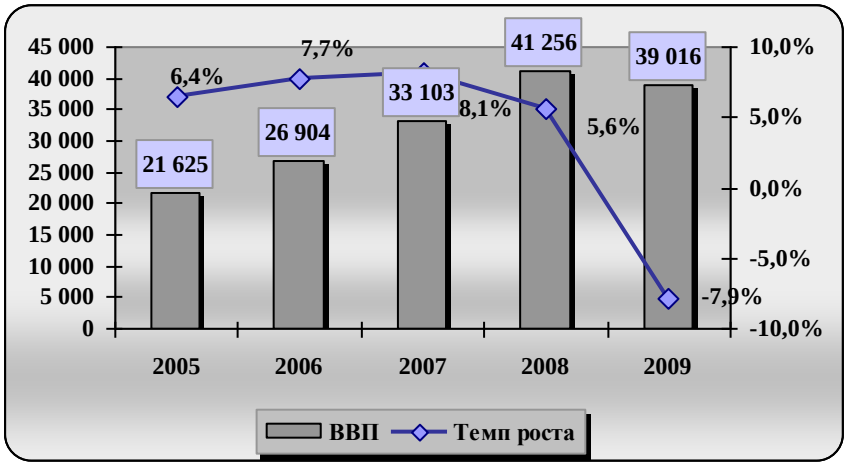
Что касается Рынка кондитерских изделий, то он, как одна из составляющих российской экономики, находится под влиянием основных социально-экономических показателей и в первую очередь:

- Внутренний валовой продукт (ВВП)
- Уровень инфляции
- Уровень доходов населения
- Уровень занятости населения
- Розничная торговля

Внутренний валовой продукт (ВВП). Промышленное производство

По данным ФСГС РФ к концу 2009г. **объем ВВП** достиг отметки в **39 016 млрд. руб.,** что на 7,9% меньше, чем в 2008г.

Диаграмма 1. Динамика ВВП за период 2005-2009 гг. в текущих ценах, млрд. руб.



Источник: ФСГС, Минэкономразвития РФ, 2010 г.

Как видно из диаграммы, экономический кризис сильно отразился на темпах роста ВВП, однако уже в 2010г. ожидается рост.

…

1.3. Мировой рынок пива

Пиво – один из самых популярных алкогольных напитков в мире. Об этом свидетельствует постоянно растущий мировой объем производства пива.

…

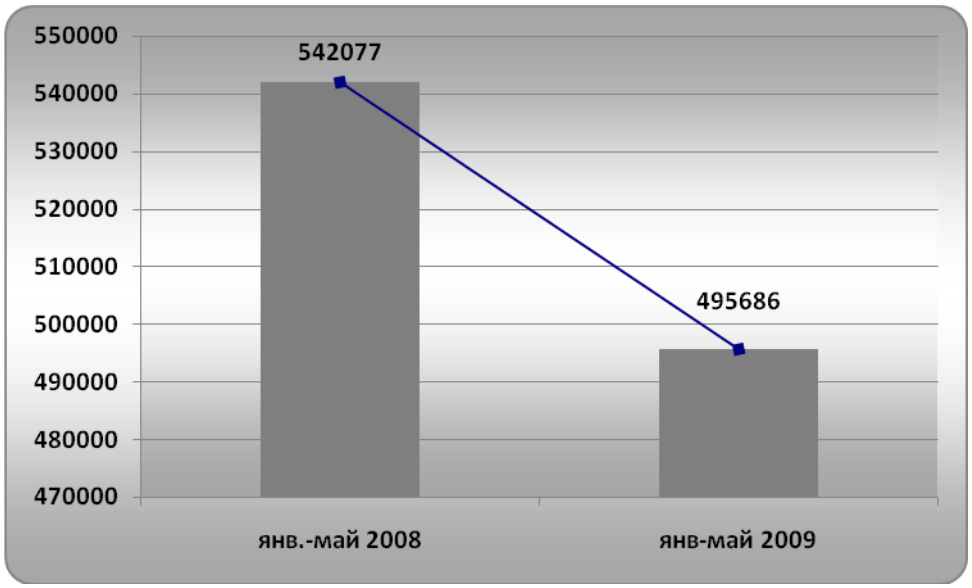
Диаграмма 12. Динамика мирового рынка пива (в натуральном выражении) в 2005-2009 гг., млрд. л.

Диаграмма 23. Объемы потребления пива в мире в 2009 г., млн. гл….

1.4. Российский рынок алкогольной продукции

Объём российского рынка алкогольной продукции за период с января по май 2009 года составил в натуральном выражении 495686 тыс. дкл., что на 8,56% меньше объема произведенной продукции за аналогичный период 2008 года.

Диаграмма 35. Динамика производства алкогольной продукции в натуральном выражении за периоды с января по май в 2008-2009 гг., тыс. дкл.



Источник: Маркет Аналитика, по данным ФСГС, 2010 г.

…

1.5. Влияющие рынки

Обзор влияющих рынков в рамках исследования рынка пива важен для более полного представления тенденций рынка, а также определения влияния рынка сырья на рынок пива.

К влияющим рынкам можно отнести рынки сырья и рынок тары и упаковки. Для производства пива используются следующие виды сырья: хмель, солод, пивоваренный ячмень, и вода. Наиболее важным и проблемным сырьём для производства пива является

пивоваренный ячмень, который отличается от обычного свойствами сорта (золотистый цвет и содержание белка не более 11,5%).

Рынок ячменя

…

Рынок солода

До 2008 года на российском рынке пивоваренного ячменного солода наблюдался рост, а с 2008 года объемы производства главного сырьевого компонента отрасли стали сокращаться.

…

Рынок тары и упаковки

Одним из важных факторов, играющих роль при выборе пива является упаковка.

Российский рынок упаковки является одним из наиболее динамичных. Такое положение напрямую связано с обстановкой на смежных с ним рынках потребляющих отраслей, и прежде всего в пищевой промышленности, на долю которой приходится около 70% рынка потребительской упаковки.

…

1.6. Резюме по разделу

2. Структура рынка пива

2.1. Сегментация Рынка по основным видам пива

Анализ информации о рынке пива, представленной в открытых источниках, не выявил единой системы классификации пива. Поэтому рассмотрим различные подходы к сегментации в зависимости от вида пива.

Виды пива по способу брожения

- Американская классификация:
    - **Эль** – пиво, которое сбраживается при относительно высокой температуре (15-25°C) с использованием дрожжей верхового брожения. Эли часто имеют фруктовый привкус, обычно в них повышенное содержание спирта.
    - **Лагер** – наиболее распространенный тип пива. Используются дрожжи низового брожения, при относительно низких температурах (5-15С). После этого пиво выдерживают при температуре около 0С - за это время пиво осветляется и насыщается углекислым газом.
- Европейская классификация:
    - **Ламбик** – пиво, которое сбраживается без использования культурных дрожжей при помощи микроорганизмов, присутствующих в самом сусле и попадающих в него из воздуха.
    - **Пшеничное пиво** – пиво, которое помимо наличия пшеничного солода, отличается тем, что для приготовления пива используют метод дображивания в бутылке. Как правило, пшеничное пиво подается не фильтрованным.
    - **Гибридные сорта** – пиво, приготовленное на основе комбинирования ингредиентов и технологий, характерных для разных видов пива.
    - **Особые сорта** - необычные по составу сорта пива, а также пиво с различными добавками, или родственные пиву напитки на основе брожения.

Виды пива по цвету

…

2.2. Сегментация Рынка по видам упаковки

В производстве пива, наиболее распространены следующие виды упаковки:

- Стеклянные бутылки – это «традиционный» сегмент, по объему бывают 0.5 л., 0.65 л. и 0.75 л.;

- Алюминиевая тара (включая алюминиевые банки и бутылки) – это «инновационный» сегмент, по объему выпускают 0.5л. и 1.0 л.;
- …

2.3. Ценовая сегментация Рынка

Условно российский рынок пива можно подразделить на следующие ценовые сегменты:

- Дешевое;
- Среднеценовое;
- Премиум;
- Лицензионное;
- Импортное.

…

2.4. Сезонность на рынке пива

На российском рынке пива ярко выражена сезонность продаж. Так, пик продаж пива приходится на июль, далее следует постепенное снижение объемов продаж, продолжающееся вплоть до октября. Ноябрь и последующие зимние месяцы характеризуются неустойчивыми показателями. Разница между месячными объемами производства пива между январем и июлем варьируется в пределах 90-100%[7].

Диаграмма 25. Сезонная динамика производства пива в 2007-2009 гг., млн. дал

2.5. Резюме по разделу

[7] http://www.pivnoe-delo.com/

3. Основные количественные характеристики Рынка

3.1. Общие количественные характеристики Рынка

Объём производства, экспорта и импорта

По данным Росстата, в 2009 году производство пива в России составило XXX млрд. дал (декалитров), темпы роста показали отрицательный результат X Всего с начала 2009 года производство пива в России снизилось на XXX% (0.945 к уровню 2008 года).

Диаграмма 29. Динамика производства пива в натуральном выражении в 2005-2009 гг.

…

Объем и ёмкость Рынка

По данным Федеральной Службы Государственной Статистики, объём продаж пива (в натуральном выражении) на российском рынке в 2009 году составил XXX млн. дал Такое изменение связано с тем, что розничные продажи пива изменяются в соответствии с показателем реальных располагаемых денежных доходов населения (последний снизился в 2009 году). …

Темпы роста Рынка

По данным «Союза российских пивоваров» пик роста отечественного пивного рынка пришелся на 1999г. – 33,0%.[8] Объяснением столь бурного развития рынка, в тот период времени, является преодоление последствий кризиса 1998 года, когда экономика страны испытывала серьезные потрясении я. В дальнейшем наблюдалось снижение темпов роста, и постепенно темпы производства пива стабилизировались на уровне 6-11%.

[8] http://www.beerunion.ru

…

3.2. Количественные характеристики отдельных сегментов Рынка

Количественные характеристики в сегментах Рынка по крепости

…

Количественные характеристики в сегментах Рынка по цвету

…

Таблица 6. Объёмы сегментов Рынка по цвету в 2008-2009 гг. и темпы роста сегментов, в стоимостном выражении

Название сегмента	Объём рынка по итогам 2008, млн. руб.	Объём рынка по итогам 2009, млн. руб.	Темп роста, %
Светлое пиво			
Полутёмное пиво			
Тёмное пиво			
Нефильтрованное пиво			

Источник: Маркет Аналитика, 2010 г.

Количественные характеристики в ценовых сегментах Рынка

…

Таблица 7. Объёмы ценовых сегментов Рынка в 2008-2009 гг. и темпы роста, в стоимостном выражении

Название сегмента	Объём рынка по итогам 2008, млн. руб.	Объём рынка по итогам 2009, млн. руб.	Темпы роста, %
Дешевое пиво			
Среднеценовое пиво			
Премиальное пиво			
Лицензионное пиво			
Импортное пиво			

3.3. Резюме по разделу

...

4. Конкурентный анализ рынка пива

4.1. Конкуренция на рынке пива

Российский рынок пива начал активно развиваться с середины 90-х годов. Большое количество игроков пытались закрепиться на этом Рынке. Однако высокая конкуренция и высокие требования потребителя, связанные с ростом доходов населения и желанием употреблять качественные продукты, повлекли за собой консолидацию Рынка.

На российском Рынке представлены как отечественные пивоваренные компании, так и заводы зарубежных производителей.

Диаграмма 424. Основные производители на российском рынке пива по объемной доле в 2009 г., %

...

4.2. Описание профилей крупнейших игроков российского рынка пива

Пивоваренная компания «Балтика»

http://baltika.ru/

О компании

Пивоваренный завод «Балтика» был построен по проекту института «Гипропищепром-2» как один из пивных заводов Ленинградского производственного объединения пивоваренной и безалкогольной промышленности «Ленпиво». Строительство нового завода началось в 1978 году. Государственное предприятие «Пивоваренный завод «Балтика» было образовано в 1990

году сразу после завершения строительства. Пивоваренная компания «Балтика» входит в группу Carlsberg, которой принадлежит 89.01% уставного капитала Компании.

Профиль «Пивоваренной компании «Балтика»:

- Лидер российского рынка пива с долей 38%;
- Около 30 брендов пива;
- Производственная мощность – 62.4 млн. гектолитров пива в год;
- Самая крупная России компания в сфере производства товаров народного потребления;
- Заводы в 10 городах России, 2 собственные солодовни;
- Численность персонала - более 12 тыс. человек;
- Бренд «Балтика» входит в тройку самых дорогих брендов России, №1 по продажам в Европе.
- Продукция компании «Балтика» представлена более чем в 60 странах мира, в числе которых страны Западной Европы, Северной Америки, Ближневосточного региона.

География распространения

Пивоваренные заводы в 10 городах России:

- Штаб-квартира, завод «Балтика-Санкт-Петербург»
- Завод «Балтика-Баку», Азербайджан
- Завод «Балтика-Вена», г. Санкт-Петербург
- Филиал «Балтика-Воронеж»
- Филиал «Балтика-Новосибирск»
- Филиал «Балтика-Пикра», Красноярский край
- Филиал «Балтика-Ростов», г. Ростов-на-Дону
- Филиал «Балтика-Самара»
- Филиал «Балтика-Тула»
- Филиал «Балтика-Хабаровск»

- Филиал «Балтика-Челябинск»
- Филиал «Балтика-Ярославль»

Продукция компании реализуется в 98% торговых точек России. Сбытовые подразделения и региональные склады более, чем в 30 городах России: Астрахань, Владивосток, Волгоград, Вологда, Воронеж, Екатеринбург, Иркутск, Казань, Кемерово, Краснодар, Красноярск, Курск, Лермонтов, Липецк, Москва – Мегаком, Москва – Подольск, Нижний Новгород, Нижний Новгород (региональный офис), Новосибирск, Омск, Пермь, Ростов-на-Дону, Ростов-на-Дону (региональный офис), Самара, Саратов, Смоленск, Тула, Тюмень, Улан-Удэ, Уфа, Челябинск, Ярославль, Хабаровск.

Экспорт осуществляется более чем в 60 стран мира, дочерние предприятия и зарубежные представительства:

- Представительство в Китайской Народной Республике
- Представительство в Латвийской Республике
- Представительство в Республике Узбекистан
- ООО «Балтика-Бел»
- ОсОО «Балтика», Киргизия
- ICS «BALTIKA» SRL
- ТОО «Балтика-Алматы»
- ООО «Балтика-Украина»
- Baltika Deutschland GmbH

Ассортиментный портфель и портфель брендов

Таблица 9. Ассортиментный портфель и портфель брендов пивоваренной компании Балтика

Наименование продукта	Бренд
Безалкогольные напитки	
Энергетические напитки	Battery, Crazy Cola, Flash.

Лимонады	«Буратино», «Лимонад», «Лимонный стиль».
Слабоалкогольные напитки	
Пиво	Somersby, «Балтика Разливное», Asahi, «Карлсберг», «Уральский Мастер», «Eve», Kronenbourg 1664, Tuborg, «Арсенальное», «Балтика», «Балтика LITE», «Балтика Кулер», «Большая кружка», «Жигулевское», «Невское», «Ярпиво», «Волга», «ДВ», «Дон», «Купеческое», «Самара», «Сибирский бочонок», «Челябинское», «Жатецкий Гусь», Corona Extra.
Слабоалкогольные коктейли	Party Mix, «Индиана Джус», Golden Cap, Sinebrychoff Gin, «Морсберри».

Источник: официальный сайт компании «Балтика», 2010 г.

Преимущества

- Компания является абсолютным лидером на российском рынке пива.

Планы по развитию

Стратегические цели:

- Постепенное увеличение доли на российском рынке пива при сохранении высокой прибыльности и высокого качества продукции;
- Вывод бренда «Балтика» на лидирующие позиции в мире.

Стратегические планы:

- Фокус на построении сильных брендов, премиализации и инновациях;
- Лидерство во всех ценовых сегментах, регионах и каналах продаж;
- Поиск дополнительных источников прибыльного роста:
  - За счет географической экспансии;
  - За счет развития смежных направлений;
- Повышение эффективности бизнес-процессов и операционное совершенство;
- Создание и постоянное развитие лучшей команды профессионалов.

«САН ИнБев»

www.suninterbrew.ru/

4.3. Резюме по разделу

…

5. Каналы продаж на рынке пива

5.1. Особенности сбытовой политики на рынке пива

Основными каналами сбыта пива являются дистрибьюторы, а также розничные магазины и предприятия общественного питания. На рынке существует значительное число компаний, занимающихся поставками пива. Оптовые предприятия в основном работают с розницей – магазинами различного уровня, от торговых сетей до магазинов «районного» типа и киосков. Розницу представляют супермаркеты, гипермаркеты, небольшие продовольственные магазины, рынки и другие торговые точки

….

5.2. Реклама на рынке пива

На протяжении последних нескольких лет ФАС России всячески ограничивает рекламу пива и алкоголя на телевидении. Так, в 2004г. Было введено правило, согласно которому рекламу пива на телевидении можно показывать только после 22:00. С 2005г. Было запрещено использовать образы людей и животных в рекламе пива. Такие ограничения были введены в связи с тем, что российские чиновники пришли к выводу влиянии подобной рекламы на увеличение потребления пива среди несорвершеннолетних.

…

5.3. Описание розничного сегмента

…

5.4. Резюме по разделу

…

6. Анализ потребителей рынка пива

6.1. Объём потребления пива

По данным ФСГС в 2009 году уровень потребления пива на душу населения составил 77 литров (96.3% к уровню 2008 года).

Диаграмма 49. Динамика потребления пива в России на душу населения, 2000-2008 гг. и прогноз на 2009 год, литры

Источник: Маркет Аналитика, по данным ФСГС, 2010 г.

Из представленной диаграммы видно, что тенденция снижения потребления пива продолжается, в 2009 году потребление пива в целом по РФ снизилось на 3.7%.

….

6.2. Особенности и структура потребления пива

…

6.3. Резюме по разделу

…

7. Выводы и рекомендации по исследования

7.1. Основные тенденции рынка пива

Тенденции рынка по основным количественным показателям

- Спад производства пива на Рынке, вызванный сокращением спроса и удорожанием производства, а также неблагоприятной макроэкономической ситуацией.
- Сокращение экспортных поставок, в основном крупными организациями. Организация собственного производства за рубежом.
- …

Тенденции в основных продуктовых сегментах рынка

- Рост доли сегмента легкого пива, сокращение долей остальных сегментов.
- Значительный рост долей сегментов темного и полутёмного пива; сокращение долей сегментов светлого и нефильтрованного пива.
- …

Тенденции на конкурентном поле

- Дальнейшая консолидация игроков Рынка.
- …

7.2. PEST-анализ рынка

Таблица 15. PEST-анализ российского рынка пива

Факторы внешней среды	Влияние факторов
Политические	
• Законодательная база • Государственные стандарты и нормы • Таможенное законодательство	Влияние политических факторов значительное. Стабильная политическая ситуация повышает уровень доверия и инвестиционную привлекательность российского рынка.

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

- Динамичный образ жизни в городах;
- …

7.3. Риски и барьеры Рынка

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

- **Отсутствие собственных средств**

На фоне финансового кризиса существует сложность с привлечение заёмных средств, что может привести к невозможности выйти на Рынок или вложить значительное количество ресурсов в развитие компании, расширение производства и так далее.

…

IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

Список диаграмм и таблиц

Диаграмма 5. Динамика ВВП за период 2005-2009 гг. в текущих ценах, млрд. руб.
Диаграмма 6. Прогноз величины ВВП на 2010-2012г.г., в номинальных ценах, млрд. руб.
Диаграмма 7. Уровень инфляции за период 2003-2009 гг. (к декабрю прошлого года), %
Диаграмма 8. Индекс потребительских цен, в 2010г., % к предыдущему месяцу
Диаграмма 9. Уровень занятости в мае 2010г., %

Диаграмма 10. Уровень безработицы по федеральным округам (% от численности экономически активного населения)
Диаграмма 11. Динамика численности безработных за 2009-2010 гг., млн. чел.
Диаграмма 12. Динамика среднемесячной номинально начисленной заработной платы, руб.
Диаграмма 13. Оборот розничной торговли в 2006-2009г.г., трлн. руб.
Диаграмма 14. Динамика оборота розничной торговли за период 2009-2010 гг., млрд. руб.
Диаграмма 15. Структура оборота розничной торговли в мае 2010г., %
Диаграмма 12. Динамика мирового рынка пива (в натуральном выражении) в 2005-2009 гг., млрд. л.
Диаграмма 163. Объемы потребления пива в мире в 2009 г., млн. гл.
Диаграмма 174. Доли международных игроков мирового рынка пива в 2009 г., %
Диаграмма 185. Динамика производства алкогольной продукции в натуральном выражении за периоды с января по май в 2008-2009 гг., тыс. дкл.
Диаграмма 196. Структура российского производства алкогольной продукции за период с января по май 2009 года
Диаграмма 207. Динамика производства алкогольной продукции в натуральном выражении за периоды с января по май в 2005-2009 гг., тыс. дкл.
Диаграмма 21. Валовый сбор ячменя в России по Федеральным округам за период 2006-2009 гг., млн. ц.
Таблица 1. Валовый сбор ячменя в России по Федеральным округам в 2008-2009 гг., млн. ц.
Таблица 2. Урожайность пивоваренного ячменя в России по Федеральным округам в 2008-2009 гг., ц. с га убранной площади
Диаграмма 19. Производство ячменного пивоваренного солода в России по Федеральным округам за период 2006-2009 гг., тыс. тонн
Таблица 3. Производство ячменного пивоваренного солода в России по Федеральным округам в 2008-2009 гг., тыс. тонн
Таблица 422. Производство ржаного пивоваренного солода в России по Федеральным округам в 2008-2009 гг., тыс. тонн
Диаграмма 2023. Структура российского рынка тарированного пива по цвету в 2008 г. (внутреннее кольцо) и 2009 г. (внешнее кольцо), % (доли по объему)
Диаграмма 2124. Структура российского рынка тарированного пива по крепости в 2008 г. (внутреннее кольцо) и 2009 г. (внешнее кольцо), % (доли по объему)
Диаграмма 2225. Структура российского рынка тарированного пива по упаковке в 2008 г. (внутреннее кольцо) и 2009 г. (внешнее кольцо), % (доли по стоимости)
Диаграмма 23. Структура российского рынка тарированного пива в зависимости от ценового сегмента в 2008-2009 гг, % (доли по объему)
Диаграмма 24. Структура российского рынка тарированного пива в зависимости от ценового сегмента в 2008 г. (внутреннее кольцо) и в-2009 г. (внешнее кольцо), % (доли по стоимости)
Диаграмма 25. Сезонная динамика производства пива в 2007-2009 гг., млн. дал
Диаграмма 26. Сезонная динамика производства пива в 2007-2009 гг. (по месяцам) , %
Диаграмма 27. Сезонная динамика производства пива в 2007-2009 гг. (с начала года нарастающим итогом), %
Диаграмма 28. Сезонная динамика производства пива в 2007-2009 гг. (по месяцам, по сравнению с предыдущим месяцем.), млн. дал

Диаграмма 29. Динамика производства пива в натуральном выражении в 2005-2009 гг.
Диаграмма 30. Экспорт пива из России в 2005 - 2009 гг.
Диаграмма 31. Структура экспорта пива из России в 2005 - 2009 гг.
Диаграмма 32. Динамика экспорта пива из Росси в 2005 - 2009 гг.
Диаграмма 33. Импорт пива в Россию в 2005 - 2009 гг.
Диаграмма 264. Динамика импорта пива в Россию в 2005 - 2009 гг.
Диаграмма 275. Структура импорта пива в Россию в 2005 - 2009 гг.
Диаграмма 36. Структура объема продаж пива по регионам РФ (в натуральном выражении) по итогам 2009 года
Диаграмма 287. Объём потребления пива в России в целом в 2005-2009 гг., литров на душу населения в год
Диаграмма 298. Объём потребления пива в РФ по отдельных регионах в 2007-2009 года, литров на душу населения
Диаграмма 39. Динамика объёма рынка пива в стоимостном выражении в 2008-2009 гг., млрд. руб.
Диаграмма 40. Розничная продажа пива по Федеральным округам в 2007-2009 гг., млн. дал.
Диаграмма 41. Розничная продажа пива по Федеральным округам в 2008-2009 гг., млн. руб.
Таблица 5. Объёмы сегментов Рынка по крепости в 2008-2009 гг. и темпы роста сегментов, в стоимостном выражении
Таблица 6. Объёмы сегментов Рынка по цвету в 2008-2009 гг. и темпы роста сегментов, в стоимостном выражении
Таблица 7. Объёмы ценовых сегментов Рынка в 2008-2009 гг. и темпы роста, в стоимостном выражении
Таблица 8. Объёмы ценовых сегментов Рынка в 2008-2009 гг. и темпы роста, в натуральном выражении
Диаграмма 4230. Основные производители на российском рынке пива по объемной доле в 2009 г., %
Таблица 9. Динамика долей основных производителей российского рынка пива в 2005—2009 гг. (% от общего объем продаж пива в натуральном выражении)
Диаграмма 43. Динамика долей основных производителей российского рынка пива в 2008—2009 гг. (% от общего объем продаж пива в натуральном выражении)
Таблица 9. Ассортиментный портфель и портфель брендов пивоваренной компании Балтика
Таблица 10. Ассортиментный портфель и портфель брендов ГК «Очаково»
Таблица 11. Сравнительная характеристика крупнейших игроков российского рынка пива
Схема 1. Цепочка движения товара на Рынке
Диаграмма 44. Структура продуктового ритейла по показателю оборота, %
Таблица 12. Сегментация сетей розничной торговли продуктами питания по форматам
Диаграмма 4531. Структура сетевой розницы, %
Таблица 13. Сегментация сетей розничной торговли продуктами питания по территориальному охвату
Диаграмма 4632. Динамика продуктового ритейла в 2006-2009г.г., трлн. руб.
Диаграмма 47. Оборот ритейла и продуктового ритейла в апреле 2010г. по сравнению с апрелем 2009г., млрд. руб.

Диаграмма 48. Динамика рынка общественного питания за период январь-март с 2000-2009 гг. в стоимостном выражении, млрд. руб.
Диаграмма 49. Динамика потребления пива в России на душу населения, 2000-2008 гг. и прогноз на 2009 год, литры
Диаграмма 5033. Динамика потребления пива в России по Федеральным округам, литров на душу населения
Диаграмма 51. Потребление пива в России 2009 гг., в % от населения численности населения в возрасте от 18 лет
Диаграмма 52. Частота потребления пива, %
Диаграмма 53. Структура потребления пива в зависимости от упаковки
Диаграмма 54. Наиболее часто потребляемые марки пива