

Маркетинговое исследование рынка минеральной воды

04.06.2009

15 000 руб.



Аналитический отчет (PDF) – 82 страницы



База данных (CHM) – 121 компания

Описание отчета



Целью данного исследования является изучение актуального состояния российского рынка столовой, лечебной и лечебно-столовой бутилированной минеральной воды, выделение тенденций потребления и прогнозирование рынка.

Объектами настоящего исследования являются как лечебные и лечебно-столовые воды, так и бутилированная питьевая вода, т.е. рассматривается рынок минеральной воды в широком смысле этого определения.

Рынок минеральной и питьевой воды в докризисный период был одним из самых быстрорастущих потребительских рынков в России. На долю минеральной и питьевой воды приходится по разным оценкам **от 40% до 60%** всего рынка безалкогольных напитков. Одновременно можно говорить о том, что объем потребления бутилированной воды на душу населения в России пока остается на низком уровне, особенно в сравнении со странами-лидерами по этому показателю: Мексикой, Италией, ОАЭ. Таким образом, рынок обладает значительным потенциалом роста, несмотря даже на неблагоприятную финансово-экономическую ситуацию.

Отчет состоит из 11 частей.

В **первой части** приведены основные **определения**, используемые в отчете, а также проведен анализ товаров-заменителей бутилированной минеральной воды.

Во **второй части** представлен анализ **мирового рынка** бутилированной воды за рассматриваемый временной период (с 2002 по 2008 гг.), его основные характеристики и тенденции.

Третья часть отчета содержит основные количественные характеристики **российского рынка** минеральной воды в рассматриваемый временной период: объем производства, внешней торговли, торговый баланс, оценку рынка в натуральном и денежном выражениях на уровне производителей и розничных продаж.

В **четвертой части** рассмотрены характеристики российского производства **бутилированной воды**: представлены данные об объеме производства в рассматриваемый временной период, региональной структуре, объеме инвестиций в отрасль.

В **пятой части** содержатся сведения о **внешней торговле** бутилированной водой за рассматриваемый временной период. В этой части представлены все импортеры (иностранные производители) и российские экспортеры, чей объем внешней торговли по итогам 2008 года превысил 100 тыс. литров бутилированной воды; рассмотрена динамика поставок воды в зависимости от степени газации, направления, времени года (сезонность).

В **шестой части** представлены профили **лидеров** российского рынка бутилированной воды: подробные профили десяти ведущих компаний, информация о нелегальном производстве воды, а также крупнейшие сделки слияния и поглощения на рынке за рассматриваемый временной период.

В **седьмой части** проанализирована **структура потребления** бутилированной воды: наиболее популярные бренды, виды (столовая/питьевая, лечебно-столовая, столовая), типы упаковки, степень газации, ценовые сегменты, временные характеристики (сезонность).

Восьмая часть представляет собой **конкурентный анализ**. В этой части рассмотрены особенности работы участников рынка в разрезе четырех основных направлений деятельности по продвижению продукта: ассортиментная, ценовая, сбытовая и маркетинговая политика.

Девятая часть представлена в форме традиционного **PEST-анализа**. Дополнительно проанализирована степень влияния на рынок бутилированной воды товаров-заменителей.

В **десятой части** разобраны последствия текущей **финансово-экономической ситуации** для рынка бутилированной воды и смежных рынков, в частности сегмента доставки воды в офис и на дом (Home/office delivery, HOD).

Одиннадцатая часть представляет собой **рекомендации** для новых производителей относительно вывода на рынок нового бренда бутилированной воды.

В **заключении** отчета сформулированы выводы по работе.

Рассматриваемый период развития рынка – 2002-2008 гг., дан прогноз на 2009 г.

Целевая аудитория данного исследования:

- производители минеральной воды,
- поставщики минеральной воды;
- инвесторы, желающие организовать собственное производство минеральной воды,
- инвесторы, желающие создать собственную организацию, занимающуюся дистрибуцией, оптовой или розничной торговлей минеральной водой.

К отчету приложена база данных **производителей бутилированной воды**.

Методы исследования и источники информации

- Анализ первичной информации
- Экспертные опросы
- Мониторинг СМИ
- Специализированные базы данных

- Мониторинг официальной статистики
- Специальные и отраслевые издания
- Материалы конференций
- Собственные базы знаний группы

Содержание отчета

Введение

1. Определения. Товары-заменители минеральной воды
 - 1.1. Виды бутилированной воды
 - 1.2. Ситуации потребления бутилированной воды
 - 1.3. Товары-заменители бутилированной воды
2. Мировой рынок минеральной воды
3. Российский рынок минеральной воды
 - 3.1. Минеральная вода в структуре рынка безалкогольных напитков
 - 3.2. Количественные характеристики рынка минеральной воды. Торговый баланс
 - 3.3. Структура рынка минеральной воды
4. Производство минеральной воды
 - 4.1. Количественные характеристики
 - 4.2. Региональная структура производства
 - 4.3. Инвестиции в производство
5. Внешняя торговля минеральной водой
 - 5.1. Коды ТН ВЭД
 - 5.2. Импорт
 - 5.2.1. Количественные характеристики поставок в 2002-2008 гг.
 - 5.2.2. Структура поставок по виду продукции в 2002-2008 гг.
 - 5.2.3. Цены поставок в 2002-2008 гг.
 - 5.2.4. Структура поставок по брендам
 - 5.2.5. Структура поставок по направлениям
 - 5.2.6. Сезонность поставок
 - 5.3. Экспорт
 - 5.3.1. Количественные характеристики поставок в 2002-2008 гг.
 - 5.3.2. Структура поставок по виду продукции в 2002-2008 гг.
 - 5.3.3. Цены поставок в 2002-2008 гг.
 - 5.3.4. Структура поставок по брендам
 - 5.3.5. Структура поставок по направлениям
 - 5.3.6. Сезонность поставок
6. Основные участники рынка
 - 6.1. Профили лидеров рынка
 - 6.1.1. Кока-Кола Эйч-би-си Евразия, ООО (The Coca-Cola Company)
 - 6.1.2. Пепсико Холдингс, ООО (Pepsi Bottling Group)
 - 6.1.3. Нарзан, ОАО
 - 6.1.4. Висма, ЗАО
 - 6.1.5. Кавминводы, ЗАО
 - 6.1.6. Аква Стар, ООО (Nestle – IDS Group)
 - 6.1.7. Шишкин Лес Холдинг, ООО
 - 6.1.8. Группа Nestle (Perrier-Vittel, S.Pellegrino)
 - 6.1.9. Вимм-Билль-Данн Напитки, ООО
 - 6.1.10. Меркурий, ООО
 - 6.1.11. Другие компании
 - 6.2. Нелегальное производство
 - 6.3. Сделки M&A. Типы инвесторов
7. Особенности потребления
 - 7.1. Структура потребления минеральных вод по брендам
 - 7.2. Структура потребления минеральных вод по виду
 - 7.3. Структура потребления минеральных вод по типу упаковки
 - 7.4. Структура потребления минеральных вод по степени газации
 - 7.5. Структура потребления минеральных вод по цене
 - 7.6. Фактор сезонности
8. Конкурентный анализ
 - 8.1. Ассортиментная политика
 - 8.1.1. Упаковка
 - 8.1.2. Продуктовый ассортимент
 - 8.2. Ценовая политика
 - 8.3. Сбытовая политика. НОД
 - 8.4. Маркетинговая политика
9. Факторы, влияющие на развитие рынка (PEST-анализ)

- 9.1. Государственные и законодательные факторы
- 9.2. Экономические факторы
- 9.3. Социальные факторы
- 9.4. Технологические факторы
- 9.5. Влияние товаров-заменителей
- 10. Влияние финансово-экономического кризиса на развитие рынка. Актуальные тенденции и прогноз развития рынка
 - 10.1. Производители и система сбыта
 - 10.2. Предпочтения потребителей
 - 10.3. Прогноз развития рынка
- 11. Анализ возможностей выхода на рынок
 - 11.1. Состав производства. Оценка инвестиций
 - 11.2. Оценка рентабельности производства
 - 11.3. Рекомендации

Выводы

Приложения

- Приложение 1. База данных российских производителей бутилированной воды
- Приложение 2. Статистика производства минеральных вод в регионе КМВ

База данных

К отчету приложена база данных производителей бутилированной воды. В базе данных содержится информация о деятельности **121 компании**.

Русский дом, ООО (Ессентуки, Ессентукская горная, Славянская, Нагутская-26, Кисловодская)

Компания: Русский дом, ООО (Ессентуки, Ессентукская горная, Славянская, Нагутская-26, Кисловодская)

Регион: Ставропольский край

Контактная информация: 357600, г. Ессентуки, Крупской ул., 65
 Тел: (8793) 97-00-23; (87934) 7-64-04
 факс: (8793) 97-00-23

О компании: Завод по розливу и реализации минеральной воды. Розлив минеральной воды производится в стеклоты бутылку 0,5 л и ПЭТ бутылку 1,5 л. Разливаются натуральные питьевые лечебные, лечебно-столовые воды: "Ессентуки-новая № 2", "Ессентуки № 4", "Ессентуки № 17", "Ессентуки № 20", "Кисловодск", "Славянская". На каждый тип воды имеется сертификат соответствия.

Производственная мощность: Производство за 6 мес. 2008 года - 1.01 млн. л.

Бренд и особенности минеральной воды:

1. Ессентуки-4
2. Ессентуки-17
3. Ессентуки-2
4. Ессентукская горная
5. Славянская
6. Нагутская-26



Формат базы данных – файл CHM (специально разработанный Microsoft формат данных для поддержки гипертекстовых справочных систем, он **не требует каких-либо средств для просмотра**, поскольку все необходимые модули уже встроены в операционную систему Windows).

Каждая компания описана следующим набором реквизитов:

- Регион
- Контактная информация
- URL
- Год основания водного направления
- О компании
- Используемые технологии, оборудование
- Производственная мощность
-
- Бренд и особенности минеральной воды
- Характеристика района добычи
- Химический состав
- Степень газации
- Минеральная вода по типу
- Функциональная/целевая вода
- Форма розлива
- Другие направления деятельности
- Другие безалкогольные напитки

В базе данных предусмотрен ряд выборок:

- выборка по региону;
- группировка компаний в зависимости от года основания водного направления;
- группировка компаний в зависимости от степени газации выпускаемой воды (газированная, негазированная);
- группировка компаний по типу выпускаемой воды (столовая/питьевая, лечебно-столовая, лечебная);
- выборка компаний, производящих функциональную/целевую воду (по составу);
- группировка компаний в зависимости от формы тары;
- группировка компаний в зависимости от других реализуемых направлений деятельности;
- выборка компаний, публикующих свои цены.

- Организация сбыта продукции
- Характеристика услуг по доставке воды
- Цены
- Маркетинговая активность
- Основные потребители

Маркетинговое исследование рынка минеральной воды

04.06.2009

15 000 руб.

**Аналитический отчет – 82 стр.,
База данных (chm) – 121 компания**

Скидки

5%	Вы уже покупали наши исследования или являетесь клиентом МГ «Текарт»
5%	Вы одновременно покупаете свыше 3 <u>любых отчетов</u> Research.Techart.
10%	Вы одновременно покупаете свыше 5 <u>аналитических отчетов</u> Research.Techart.

Как приобрести отчет

1. Заполните форму "**Заказ отчета**" на сайте или пришлите реквизиты на почту research@techart.ru или sale@research-techart.ru.
Необходимые реквизиты:
 - для юридического лица: название компании, ИНН и КПП, а также контактное лицо, e-mail, телефон и полный адрес для отправки закрывающих документов;
 - для частного лица: фамилия, имя и отчество полностью, а также контактный телефон и e-mail.
2. При необходимости заключения договора, просьба указать это в заявке и выслать полные реквизиты компании (в т.ч. данные о руководителе и реквизиты банка).
3. Мы отправляем отчет и базу данных только в электронном виде на адрес e-mail. Если Вы хотите получить также печатную версию отчета и CD-диск, укажите это при оформлении заказа. Стоимость печатной версии – 200 рублей.
4. После поступления оплаты от Вас на наш счет, мы высылаем отчет в электронном (адаптированном для отправки on-line) виде на e-mail.
5. Если отчет необходим срочно, то мы можем отправить его по копии платежного поручения (Внимание! Платежка должна быть заверена банком!)
6. Если после прочтения отчета у Вас останутся вопросы о рынке, то Вы можете подготовить запрос для наших аналитиков (только в письменной форме, по телефону мы никаких консультаций не даем). Мы ответим на Ваше письмо или факс в кратчайшие сроки.
7. Если вы хотите подписаться на обновление данного отчета или на новые работы, посвященные рынку пищевой промышленности и сельского хозяйства, сообщите об этом менеджеру по продажам.



МАРКЕТИНГОВАЯ ГРУППА "ТЕКАРТ"

Research.Techart. Контактная информация

Тел./факс: (495) 663-32-62 – **отдел продаж**; вопросы, касаемые способов оплаты, заключения договоров, формы предоставления отчетов, получения оплаченных отчетов, закрывающих документов и т.п.

Тел./факс: (495) 790-75-91 # 124, 145 – **отдел готовой аналитики**; вопросы касаемые содержания отчетов, обновления или расширения отчетов.

Тел./факс: (495) 790-75-91 # 124 – вопросы сотрудничества, участия в экспертных программах, заказ индивидуальных исследований.

Дополнительные услуги

1. Обновление отчета об исследовании на текущий момент времени – дополнительно 30 000 рублей к цене отчета при обновлении с сохранением структуры исследования или от 60 000 до 120 000 рублей с расширением исследования по Вашему техническому заданию.
2. Написание бизнес-плана по теме отчета – от 60 000 рублей. При заказе обязательно указывать характеристики проекта и орган, в который подается бизнес-план – это учитывается при расчете стоимости работ.
3. Подготовка презентации по теме отчета на русском и / или английском языках – от 10 000 рублей.
4. Перевод отчета на английский язык – дополнительно 30 000 рублей к цене отчета.
5. Дополнительные сведения об импорте-экспорте – от 10 000 рублей за 1 товарную группу.
6. Создание баз данных компаний на основании Вашего запроса (например, данные о потенциальных потребителях, по трейдерам, поиск партнеров и т.п.) - от 20 000 рублей.
7. Проведение маркетинговых исследований по Вашему ТЗ – от 120 000 рублей.
8. Подготовка плана маркетинга, плана стратегического развития и прочие услуги маркетингового консалтинга – от 60 000 рублей.
9. Прочие услуги по проведению исследований рынка и консультационные услуги по развитию бизнеса – цены по запросу research@techart.ru
10. Услуги [комплексного маркетингового сопровождения бизнеса](#) (outsourcing маркетинговой службы или функции директора по маркетингу) – цены по запросу info@techart.ru