

Название отчета	КАБИНЕТНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РОССИЙСКОГО РЫНКА ЧАЯ. ВЫПУСК 5		
Название компании-исполнителя	Группа компаний Step by Step		
Дата выхода отчета	25.04.2013		
Количество страниц	112 стр.		
Язык отчета	русский		
Стоимость (руб.)	25 000 руб.		
Полное описание отчета (цель, методы, структура, источники информации, выдержки из текста, графическая информация, диаграммы-примеры и т.п.) – не более 2-х стр.А4	<p>Цель исследования: анализ текущей ситуации на рынке</p> <p>Задачи исследования:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Описание макроэкономической ситуации на Рынке • Выделение основных сегментов Рынка • Определение основных количественных характеристик Рынка • Описание структуры Рынка • Выявление основных игроков на Рынке • Выявление основных факторов, влияющих на Рынок • Выявление основных тенденций Рынка • Описание потребителей на Рынке <p>Выдержки из исследования:</p> <p>Рассыпной чай составляет почти ...% рынка в натуральном выражении и ...% в стоимостном, за счет высокого качества товара и позиционирования.</p> <p>По оценке специалистов ГК Step by Step объем российского рынка чая в 2011 году составил ... тыс. тонн в 2012 году он уменьшился на% и составил тыс. тонн.</p> <p>В 2012 году процент насыщения рынка чая составил ...%.</p> <p>В январе 2013 года по оперативным данным, производство чая в РФ выросло на ...% по сравнению с январем 2012 года, составив ... тыс. тонн.</p> <p>Вследствие консолидации рынка, основные позиции занимают несколько компаний:</p> <p><input type="checkbox"/></p> <p><input type="checkbox"/></p> <p><input type="checkbox"/></p> <p>В 2012 году объем импорта чая в Россию составил ... тыс. тонн в натуральном выражении. Общая стоимость импортированного в 2012 году в РФ чая составила ... млн. USD.</p>		
Подробное оглавление/содержание отчета	1	Введение	6
	2	Список использованных источников	7
	3	Методологическая часть	9
	3.1	<i>Описание типа исследования</i>	9
	3.2	<i>Объект исследования</i>	9
	3.3	<i>Цели и задачи исследования</i>	9
	3.4	<i>География исследования</i>	9
	3.5	<i>Время проведения исследования</i>	9
	3.6	<i>Методы сбора данных</i>	9
	4	Макроэкономические показатели	11
	4.1	<i>Общая экономическая ситуация</i>	11
	4.1.1	Динамика валового внутреннего продукта	11
	4.1.2	Промышленное производство	12
	4.1.3	Уровень инфляции	13
	4.1.4	Уровень доходов населения	14
	4.1.5	Розничная торговля	14

	4.1.6	Инвестиции	15
		Влияние макроэкономических факторов на развитие рынка чая	16
	4.1.7		
5		Описание отрасли	17
5.1		<i>Пищевая промышленность (Производство пищевых продуктов)</i>	17
	5.1.1	Тенденции в пищевой промышленности	20
5.2		<i>Описание смежных рынков.</i>	22
	5.2.1	Рынок кофе.	22
	5.2.2	Объем рынка кофе	23
	5.2.3	Сезонность рынка кофе	24
	5.2.4	Игроки рынка кофе	25
	5.2.5	Основные каналы продаж кофе	25
	5.3	<i>Тенденции развития Рынка</i>	28
6		Сегментация рынка	29
6.1		<i>Определение продукции</i>	29
		<i>Сегментирование продукции по основным наименованиям</i>	29
6.2			
6.3		<i>Сегментация по видам чая</i>	29
		<i>Сегментирование Продукции по технологии производства или потребления</i>	32
6.4			
6.5		<i>Сегментирование Продукции по видам упаковки</i>	32
	6.5.1	Упаковка различных видов чая	33
6.6		<i>Ценовое сегментирование Продукции</i>	34
		Тенденции в сегментах различных видов	36
	6.6.1	Продукции	36
	6.6.2	Тенденции в сегментах упаковки чая	36
	6.6.3	Тенденции ценовых сегментов	37
	6.6.4	Тенденции потребительских сегментов	37
7		Основные количественные характеристики Рынка	38
7.1		<i>Объем и емкость Рынка</i>	38
	7.1.1	Объем Рынка в натуральном выражении	38
	7.1.2	Объем Рынка в денежном выражении	39
		Емкость Рынка в натуральном и денежном выражении	39
	7.1.3		
7.2		<i>Темпы роста Рынка</i>	40
7.3		<i>Российское производство</i>	41
7.4		<i>Влияние сезонности на Рынок</i>	43
8		Сбытовая структура Рынка	46
8.1		<i>Цепочка движения товара</i>	46
		<i>Краткое описание основных сегментов участников Рынка</i>	47
8.2			
	8.2.1	Производители Сырья	47
8.3		<i>Основные игроки и марки</i>	47
	8.3.1	Розничный сектор	49
	8.3.2	Частные марки	49
	8.3.3	Региональное потребление	50
		Структура распределения продаж по торговым каналам	50
	8.3.4		

	8.3.5	Специализированные чайные магазины	52
	8.3.6	Основные принципы ценообразования	52
	8.3.7	Тенденции продвижения	53
9		Анализ импорта и экспорта	54
	9.1	<i>Анализ внешней торговли. Чай</i>	55
	9.1.1	Импорт	55
	9.1.2	Экспорт	58
	9.1.3	Структура внешней торговли	61
	9.1.4	Основные тенденции внешней торговли	63
10		Конкурентный анализ	64
	10.1	<i>Основные параметры конкуренции</i>	64
	10.2	<i>Основные производители.</i>	64
	10.3	<i>Описание профилей крупнейших компаний</i>	65
	10.3.1	Группа компаний Орими-трейд	65
	10.3.2	СДС-ФУДС, ООО	65
	10.3.3	Unilever (российское представительство)	65
	10.3.4	Чайный Век, ООО (ГК Сапсан)	66
	10.3.5	Группа Компаний «Гранд»	67
	10.3.6	Группа компаний «Май»	67
	10.3.7	"Люта" (цветочные, ароматизированные чай)	68
	10.4	<i>Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями</i>	71
	10.5	<i>Конкуренция между дистрибьюторами и оптовыми компаниями</i>	73
	10.5.1	Дистрибьюторы и оптовые компании.	73
	10.5.2	Описание профилей дистрибьюторов и оптовых компаний	74
	10.5.3	Основные тенденции в конкуренции между компаниями оптового сегмента	78
	10.6	<i>Конкуренция между крупнейшими сетевыми продуктовыми розничными сетями</i>	79
	10.6.1	Основные розничные компании рынка	79
	10.6.2	Основные параметры конкуренции	80
	10.6.3	Описание профилей крупнейших компаний	81
	10.6.4	Сравнительная характеристика основных розничных компаний на рынке	93
	10.6.5	Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими предприятиями розничного сектора	98
	10.7	<i>Анализ потребителей</i>	99
	10.8	<i>Описание потребителей</i>	99
	10.9	<i>Сегментация потребителей с описанием и количественной оценкой сегментов</i>	99
	10.9.1	В2С рынки	99
	10.9.2	В2В рынки	99
	10.10	<i>Структура потребления Продукции или Услуги по видам и брендам Продукции</i>	100
	10.11	<i>Потребительские предпочтения по: видам, мотивации и поведению при покупке</i>	103

	<i>Продукции</i>	
	<i>Медиа-предпочтения потребителей (отношение к источникам и формам рекламы Продукции или Услуги)</i>	104
	10.12	
	<i>Основные тенденции в потребительском сегменте</i>	104
	10.13	
	<i>тенденции потребительских предпочтений</i>	105
	10.14	
11	Обобщающие выводы по отчету	106
	11.1 <i>Факторы, влияющие на рынок</i>	106
	11.1.1 <i>STEP-анализ рынка</i>	106
	11.2 <i>Анализ рисков</i>	107
	11.2.1 <i>Влияние кризиса на рынок чая</i>	108
	11.2.2 <i>Прогнозы развития рынка</i>	108
12	Общие выводы по отчету	109
13	Приложение	112
Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков	<p>Диаграмма 1. Динамика изменения объема ВВП, 2002-2012 гг., трлн. руб.</p> <p>Диаграмма 2. Динамика индекса промышленного производства в % к соответствующему периоду предыдущего года, 2012 г. - январь-февраль 2013 г.</p> <p>Диаграмма 3. Уровень инфляции 2003-2012 гг., %</p> <p>Диаграмма 4. Динамика реальных располагаемых денежных доходов в % к соответствующему периоду предыдущего года, 2011 – 2012 гг.</p> <p>Диаграмма 5. Динамика оборота розничной торговли 2012 – 2013гг., млрд. рублей</p> <p>Диаграмма 6. Динамика инвестиций в основной капитал 2012-2013 гг., млрд. руб.</p> <p>Диаграмма 7. Динамика темпов прироста, объемов производства пищевых продуктов в 2002-2011гг., %</p> <p>Диаграмма 8. Динамика стоимости отгруженных потребителю продуктов питания за 2002-2011гг., трлн. руб.</p> <p>Диаграмма 9. Динамика стоимости отгруженных потребителю продуктов питания за январь – октябрь 2011-2012гг., трлн. рублей</p> <p>Диаграмма 10. Динамика темпов прироста стоимости, отгруженных продуктов питания за 10 месяцев 2012 года к уровню 2011 года, %</p> <p>Диаграмма 11. Динамика сезонных колебаний, объемов отгрузки продуктов питания в январе – октябре 2012 года, %</p> <p>Диаграмма 12. Продажи кофе по видам июнь-июль 2009, %</p> <p>Диаграмма 13. Динамика объема производства жареного кофе и кофе без кофеина в январе-ноябре 2012 года, тонн</p> <p>Диаграмма 14 Структура розничных продаж кофе по каналам дистрибьюции за июнь-июль 2009</p> <p>Диаграмма 15. Рынок чая в натуральном выражении, %</p> <p>Диаграмма 16. Структура потребления по видам упаковки в стоимостном выражении, %</p> <p>Диаграмма 17 Структура потребления по видам упаковки в натуральном выражении, %</p> <p>Диаграмма 18. Структура чая по ценовым сегментам, %</p> <p>Диаграмма 19. Объем рынка чая в натуральном выражении, 2007- 2010 (прогноз), тыс. тонн</p> <p>Диаграмма 20. Динамика объемов рынка чая в 2006-2009 гг., млрд. USD</p> <p>Диаграмма 21. Темпы роста рынка чая в натуральном выражении, 2007-2010 (прогноз), тыс. тонн</p> <p>Диаграмма 22. Темпы роста рынка чая в натуральном выражении, 2007-2010 (прогноз), \$, млрд., %</p> <p>Диаграмма 23. Производство чайной продукции в натуральном выражении 2006-2008, тыс. тонн</p> <p>Диаграмма 24. Производство чайной продукции в натуральном выражении</p>	

кроме организаций, относящихся к субъектам малого предпринимательства в 2006-2009гг., тыс. тонн

Диаграмма 25. Объем и динамика производства чая в РФ в 2010-2012гг., тыс. тонн, %

Диаграмма 26. отклонения розничных продаж от среднемесячного значения в 2008 году. %

Диаграмма 27. Сезонная структура производства чая в РФ (помесячно) в 2011-2012гг., тыс. тонн

Диаграмма 28. Потребление чая по регионам, %

Диаграмма 29. Структура продаж по каналам дистрибуции

Диаграмма 30. Динамика изменения структуры импорта чая по странам в натуральном и денежном выражении в 2012 году к 2011 году, %

Диаграмма 31. Изменение объема экспорта в 2012 году к 2011 году по странам, %

Диаграмма 32. Темпы прироста основных показателей внешней торговли чаем в Российской Федерации в 2012 году по сравнению с 2011 годом, %

Диаграмма 33. сравнение известности и потребления марок чая в 2009 году.

Диаграмма 34. Результаты интернет анализа запросов зеленый чай/ черный чай по состоянию на март 2013 года, %

Диаграмма 35. Результаты интернет анализа запросов популярности брендов чая по состоянию на март 2013 года, %

Таблица 1. Темпы прироста в основной капитал, в % к предыдущему периоду

Таблица 2. Оценка влияния макроэкономических факторов на рынок чая

Таблица 3. Структура продаж кофе в натуральном выражении, %

Таблица 4. Структура импорта кофе в 2012 году

Таблица 5. структура розничных продаж кофе по каналам дистрибуции в натуральном выражении

Таблица 6. Средние цены на рассыпной чай по данным мониторинга, 2010г., руб.

Таблица 7. Средние цены на пакетированные чаи по данным мониторинга, 2010г., руб

Таблица 8. Средние цены на гранулированные чаи, 2010г., руб

Таблица 9. Производство чайной продукции в натуральном выражении 2006-2008, тонн

Таблица 10. Производство чая в натуральном выражении кроме организаций, относящихся к субъектам малого предпринимательства, тонн

Таблица 11. Рейтинг ведущих производителей чая по продажам в натуральном выражении в 2008-2009гг.

Таблица 12. Рейтинг ведущих марок чая по продажам в натуральном выражении*

Таблица 13. Структура продаж по каналам дистрибуции*

Таблица 14. Коды ТН ВЭД для анализа импорта и экспорта на рынке

Таблица 15. Страны - импортеры продукции в натуральном и стоимостном выражении, 2009 г

Таблица 16. Страны – производители импорта продукции в натуральном и стоимостном выражении, 2009 г.

Таблица 17. Структура импорта чая в РФ по странам в 2011 году

Таблица 18. Структура импорта чая в РФ по странам в 2012 году

Таблица 19. Страны - экспортеры продукции в натуральном и стоимостном выражении, 2009 г.

Таблица 20. Страны - производители экспорта продукции в натуральном и стоимостном выражении, 2009 г.

Таблица 21. Объем и структура экспорта чая по странам в 2011 году

Таблица 22. Объем и структура экспорта чая по странам в 2011 году

Таблица 23. Соотношение импорта и экспорта продукции в натуральном и стоимостном выражении, 2009 г.

Таблица 23. Оборот внешней торговли чаем в 2011 году

Таблица 24. Оборот внешней торговли чаем в 2012 году

Таблица 25. Основные компании производители чая в РФ

Таблица 26. Сравнительная характеристика игроков рынка по основным

	параметрам Таблица 27. Основные сведения о компаниях оптового сегмента рынка чая в РФ Таблица 28. Сравнительная характеристика отдельных дистрибьюторов чая на рынке Таблица 29. Основные сведения об основных розничных компаниях российского рынка кофе в 2012 году Таблица 30. Анализ параметров конкуренции основных розничных сетей торговцев чаем по сегментации по ценам в 2012 году Таблица 31. Анализ параметров конкуренции основных розничных сетей торговцев чаем по формату магазинов в 2012 году Таблица 32. Сравнительная характеристика основных компаний розничного сектора на рынке Таблица 33. Причины потребления чая . Таблица 34. СТЕP-анализ рынка Таблица 35. Возможные риски, связанные с Рынком. Схема 1. Производство чая в системе ОКВЭД Схема 1. Схема движения товара на рынке чая
Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба)	В печатном/ электронном формате
Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде)	ГИ_РРЧ_2013.pdf

Маркетинговое Агентство Step by Step специализируется в области корпоративного маркетинга. Мы оказываем широкий спектр услуг отделам маркетинга коммерческих компаний, от проведения практически любых исследовательских работ до содействия в реализации маркетинговых планов компании в случае недостатка собственных ресурсов подразделения (например, в связи с открытием нового проекта или крупным мероприятием).

Маркетинговое Агентство Step by Step объединяет в себе такие качества как комплексный подход к задаче, свойственный управленческим консультантам, и владение современными методиками маркетинговых исследований, присущее исследовательским компаниям.

Маркетинговое Агентство Step by Step специализируется на следующих сегментах рынка:

- Рынок промышленных предприятий (Business-to-Business рынок)
- ИТТ – рынок
- Рынок торгово-розничных предприятий
- Рынок отдыха и развлечений
- Рынок предприятий малого бизнеса

Маркетинговое Агентство Step by Step – член Национальной гильдии профессиональных консультантов, Гильдии маркетологов, Международной ассоциации ESOMAR.