|  |  |
| --- | --- |
| **Название отчета** | **российский рынок чая 2017. тенденции рынка (выпуск 7)**  |
| Название компании-исполнителя | Маркетинговое Агентство Step by Step |
| Дата выхода отчета  | 23.01.2016 |
| Количество страниц | 95 стр. |
| Язык отчета | русский |
| Стоимость (руб.) | 35 000 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 | **Цель исследования:** анализ текущей ситуации на российском рынке чая.**Задачи исследования:*** 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

Описание типа исследования:Данный отчет написан по результатам кабинетного исследования. Кабинетное исследование представляет собой вид качественного маркетингового исследования, направленного на поиск и анализ данных, содержащихся в открытых источниках информации.**Выдержки из исследования:**В годы экономического подъема в стране производство чая на территории РФ увеличивалось. В 2012-2013 годах рост производства составлял ….% в год. Начиная с 2014 года, мы наблюдаем …. Сокращение составило в 2014-2015 годах ….%. В 2016 году тоже наблюдается спад, …. В России ежегодно производят около …. тонн чая.В основном производства чая сконцентрировано на территории … федерального округа, там производится …% всего чая. На втором месте ..ФО – …%, и …% приходится на ….ФО. В остальных регионах чай практически не производится.На динамику развития рынка косвенно указывает темпы розничных продаж. Объем розничных продаж чая в России составляет порядка ….рублей (по данным на 2015 год). Ежегодно наблюдается рост продаж в стоимостном выражении, во многом это обусловлено …... Учитывая, что рост цен на чай в 2015 году составил ….%, а объем продаж увеличился только на ….%, мы можем сказать, что наблюдается …. рынка в натуральном выражении.Примерно …% розничных продаж чая приходится на три ФО – ….. |
| Подробное оглавление/содержание отчета |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | **Содержание** |  |
| 2 | **Введение** | **5** |
| 3 | **Методологическая часть** | **6** |
|  | 3.1 | *Описание типа исследования* | *6* |
|  | 3.2 | *Объект исследования* | *6* |
|  | 3.3 | *Цели и задачи исследования* | *6* |
|  | 3.4 | *География исследования* | *6* |
|  | 3.5 | *Время проведения исследования* | *6* |
|  | 3.6 | *Методы сбора данных* | *7* |
| 4 | **Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок** | **8** |
|  | 4.1 | *Общая экономическая ситуация* | *8* |
|  | 4.2 | *Динамика валового внутреннего продукта* | *8* |
|  | 4.3 | *Промышленное производство* | *9* |
|  | 4.4 | *Уровень инфляции* | *10* |
|  | 4.5 | *Уровень доходов населения* | *12* |
|  | 4.6 | *Инвестиции* | *13* |
|  | 4.7 | *Влияние макроэкономических факторов на развитие изучаемого рынка* | *15* |
|  | 4.8 | *Описание отрасли. Мировой рынок чая* | *15* |
|  | 4.9 | *Смежный рынок. Рынок кофе* | *17* |
| 5 | **Сегментация рынка** | **19** |
|  | 5.1 | *Основные определения* | *19* |
|  | 5.2 | *Сегментирование продукции на рынке* | *19* |
|  |  | 5.2.1 | Сегментация по стране происхождения | 19 |
|  |  | 5.2.2 | Тенденции в различных рыночных сегментах | 30 |
|  | 5.3 | *Основные принципы ценообразования* | *31* |
|  |  | 5.3.1 | Ценовое сегментирование Продукции | 31 |
|  | 5.4 | *Законодательная база* | *36* |
| 6 | **Основные количественные характеристики рынка** | **37** |
|  | 6.1 | *Основные показатели российского производства* | *37* |
|  | 6.2 | *Динамика развития рынка. Объем и темпы роста* | *41* |
|  | 6.3 | *Прогноз развития рынка* | *42* |
|  | 6.4 | *Влияние сезонности на Рынок* | *42* |
|  | 6.5 | *Анализ импорта чая* | *43* |
|  |  | 6.5.1 | Объем импорта | 43 |
|  |  | 6.5.2 | Структура импорта | 44 |
|  |  | 6.5.3 | Поставщики импорта | 45 |
|  |  | 6.5.4 | Цены | 46 |
| 7 | **Сбытовая структура Рынка** | **47** |
|  | 7.1 | *Цепочка движения товара* | *47* |
|  | 7.2 | *Краткое описание основных сегментов участников Рынка* | *47* |
|  |  | 7.2.1 | Производители Продукции | 47 |
|  |  | 7.2.2 | Дистрибьюторы продукции | 48 |
|  |  | 7.2.3 | Розничный сектор | 49 |
| 8 | **Конкурентный анализ** | **50** |
|  | 8.1 | *Конкуренция между крупнейшими производителями на рынке* | *50* |
|  |  | 8.1.1 | Основные производители | 50 |
|  |  | 8.1.2 | Основные параметры конкуренции | 50 |
|  |  | 8.1.3 | Описание профилей крупнейших компаний | 51 |
|  | 8.2 | *Конкуренция между крупнейшими дистрибьюторами и оптовыми компаниями* | *63* |
|  | 8.3 | *Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора* | *69* |
|  |  | 8.3.1 | Резюме | 74 |
| 9 | **Анализ потребителей** | **75** |
|  | 9.1 | *Структура потребления по видам* | *75* |
|  | 9.2 | *Потребительские предпочтения по маркам продукции* | *77* |
|  | 9.3 | *Зависимость спроса на продукцию от различных характеристик потребителя* | *77* |
|  | 9.4 | *Количество Продукции потребляемого одним потребителем за единицу времени* | *78* |
|  |  | 9.4.1 | *Предпочтения потребителей чая (Москва)* | *78* |
|  | 9.5 | *Основные тенденции в потребительском сегменте* | *88* |
| 10 | **Обобщающие выводы по отчету** | **90** |
|  | 10.1 | *Анализ факторов внешней среды* | *90* |
|  |  | 10.1.1 | Сдерживающие факторы Рынка | 91 |
|  | 10.2 | *Анализ рисков* | *91* |
|  | 10.3 | *Текущая ситуация и перспективы развития рынка* | *95* |

 |
| Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков | Диаграмма 1. Динамика ВВП в текущих ценах, 2011 – 1 кв. 2016 гг. и прогноз на 2016 год, трлн. руб.Диаграмма 2. Индекс промышленного производства, 2011-2015 гг., %Диаграмма 3. Индекс производства РФ поквартальный 2015 – 2 кв. 2016 гг., в % к предыдущему периоду с начала года фактическиДиаграмма 4. Динамика темпов прироста цен на потребительские товары, 2011-2015 гг., %Диаграмма 5. Динамика темпов прироста цен на промышленные товары, 2011-2015 гг., %Диаграмма 6. Динамика среднедушевых денежных доходов населения, 2011 – 2015 (оценка) гг., руб./месяцДиаграмма 7. Динамика объема инвестиций в основной капитал, 2011-2015 гг., трлн. руб., %Диаграмма 8. Динамика производства чая на территории РФ в 2010-2016 гг., тыс. тоннДиаграмма 9. Помесячная динамика производства чая на территории РФ в 2014-2016 гг., тыс. тоннДиаграмма 10. Производства чая по округам в 2016 году, %Диаграмма 11. Динамика розничных продаж чая в 2011-2016 гг., млрд. рублейДиаграмма 12. Распределение розничных продаж чая по округам РФ, %Диаграмма 13. Динамика импорта чая в Россию в 2010-2015 гг.Диаграмма 14. Структура импорта чая в 2015 году, %Диаграмма 15. Структура импорта чая по странам-поставщикам в 2015 гг., %Диаграмма 16. Предпочтения россиян по виду чая, %Диаграмма 17. Предпочтения россиян по видам чая, %Диаграмма 18. Частота употребления чая жителями Москвы, %Диаграмма 19. Частота покупки чая, %Диаграмма 20. Мотивы потребления чая, %Диаграмма 21. Предпочтения по видам чая, %Диаграмма 22. Предпочтения по видам добавок к чаю, %Диаграмма 23. Предпочтения потребителей чая по стране происхождения, %Диаграмма 24. Предпочтения потребителей по видам чая, %Диаграмма 25. Качество чая – это…, %Диаграмма 26. Знание марок чая с подсказкой, %Диаграмма 27. Знание рекламы (с подсказкой) различных марок чая, %Диаграмма 28. Сценарий покупки чая, %Диаграмма 29. Причины покупки чая, %Таблица 1. Объем производства чая в разрезе стран, 2013г., тоннТаблица 2. Ценовая сегментация на рынке чаяТаблица 3. Ценовая сегментация на рынке чаяТаблица 4. Динамика розничных цен на чай в 2013-2016 гг.Таблица 5. Розничная цена на чай в различных регионах РФ в 2015 году, руб.Таблица 6. Таможенные коды продукцииТаблица 7. Сравнительная характеристика основных производителей на рынкеТаблица 8. Чистая прибыль компаний, тыс. рублейТаблица 9. Выручка за отчетный год, тыс. рублейТаблица 10. Информация о дистрибьюторах чая, часть 1Таблица 11. Информация о дистрибьюторах чая, часть 2Таблица 12. Сравнительная характеристика дистрибьюторов чаяТаблица 13. Конкурентный анализ магазинов, специализирующихся на чаеТаблица 14. STEP-анализ рынка чаяТаблица 16. Возможные риски, связанные с рынкомСхема 1. Классификация чая по месту происхожденияСхема 2. Классификация чая по типу чайного листа и типу механической обработкеСхема 3. Классификация чая в зависимости от глубины биохимических процессовСхема 4. Сегментирование чая по виду сырьяСхема 5. Сегментация чая по ароматуСхема 6. Виды вкусовых добавок к чаюСхема 7. Сегментация чая по видам упаковкиСхема 8. Сегментация чая по видам упаковкиСхема 9. Цепочка движения чая на рынкеСхема 10. Структура российского рынка чая, %Схема 11. Распределение марок по силе бренда |
| Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба) | В печатном/ электронном формате |
| Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде) | ГИ рынок чая 2017.pdf |

[Маркетинговое Агентство Step by Step](http://www.step-by-step.ru/) **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](http://www.step-by-step.ru/) 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](http://www.step-by-step.ru/) 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](http://www.step-by-step.ru/) – член **Национальной гильдии профессиональных консультантов, Гильдии маркетологов**, **Международной ассоциации ESOMAR.**