МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА КОФЕ

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

Дата выпуска отчета:
апрель 2008 г.

Данное исследование подготовлено МА Step by Step исключительно в информационных целях. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. МА Step by Step не дает гарантии точности и полноты информации для любых целей. Информация, содержащаяся в исследовании, не должна быть прямо или косвенно истолкована покупателем, как рекомендательная к вложению инвестиций. МА Step by Step не несет ответственности за убытки или ущерб, причиненный вследствие использования информации исследования третьими лицами, а так же за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Данные материалы не могут распространяться без разрешения МА Step by Step.

STEP BY STEP
МАРКЕТИНГОВОЕ
АГЕНТСТВО

г. Москва

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

ОГЛАВЛЕНИЕ

ОГЛАВЛЕНИЕ **2**

Аннотация **4**

Цель исследования 4

Описание исследования 4

Полное содержание исследования **5**

Список диграмм **8**

Список таблиц **9**

Выдержки из исследования **10**

Сегментирование Продукции по основным наименованиям 10

Кофе Mild 10

Бразильский кофе 10

Кофе робуста 10

Объем Рынка 11

Темпы роста Рынка 11

Импорт продукции 12

Объемы импорта 12

Российское производство 13

Экспорт продукции 14

Объемы экспорта 14

Соотношение экспорта и импорта 15

Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями Продукции 16

Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора 16

Сегментация основных каналов розницы 16

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Основные параметры конкуренции 16
Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими розничными компаниями 17

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Аннотация

Цель исследования

Цель исследования: анализ основных характеристик и перспектив развития российского рынка кофе.

Описание исследования

Задачи исследования:

- Описание макроэкономической ситуации на Рынке
- Определение емкости, объема и темпов роста Рынка
- Оценка объемов российского производства, импорта и экспорта кофе
- Описание сбытовой структуры Рынка. Основные цепочки товародвижения (дистрибуция, розница)
- Выявление основных игроков российского Рынка
- Описание крупнейших производителей
- Описание крупнейших представителей Рынка (розничные сети, магазины)
- STEP-анализ внешних факторов на Рынок
- Выявление основных рисков на Рынке
- Выявление основных тенденций Рынка

Кол-во страниц: 89 стр.

Язык отчета: русский

Отчет содержит: диаграмм, таблиц, схемы, приложения

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Полное содержание исследования

Введение
Методическая часть
Описание типа исследования
Объект исследования
Цели и задачи исследования
География исследования
Время проведения исследования
Целевая аудитория
Методы сбора данных
Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок
Общая экономическая ситуация
Динамика валового внутреннего продукта
Уровень инфляции
Уровень доходов населения
Розничная торговля
Описание смежных Рынков
Рынок чая
Сегментация и структура Рынка по основным видам Продукции
Сегментирование Продукции по основным наименованиям
Кофе Mild
Бразильский кофе
Кофе робуста
Основные количественные характеристики Рынка
Объем Рынка
Темпы роста Рынка
Влияние сезонности на Рынок
Сегментирование Продукции по технологии производства
Растворимый кофе
Обжаренный кофе
Сегментирование Продукции по видам упаковки
Ценовое сегментирование Продукции

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Тенденции в различных сегментах Продукции
Объемы российского производства, импорта и экспорта
Импорт продукции
Объемы импорта
Основные страны-импортеры
Российское производство
Экспорт продукции
Объемы экспорта
Основные страны-экспортеры
Соотношение экспорта и импорта
Сбытовая структура Рынка
Цепочка движения товара
Основные принципы ценообразования
Краткое описание основных сегментов участников Рынка
Производители сырья
Производители Продукции
Розничный сектор
Конкурентный анализ
Конкуренция между крупнейшими производителями и поставщиками Продукции
Основные параметры конкуренции
Основные производители Рынка. Описание профилей крупнейших компаний
Nestle
ЗАО Фабрика "Золотые купола" (Московская обл.)
Kraft Foods Россия
ОАО «Русский продукт» (г. Москва)
Орими Трейд (г. Москва)
ГК Paulig (Финляндия)
Traveler`s coffee(Новосибирск)
Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями Продукции
Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора
Сегментация основных каналов розницы
Основные параметры конкуренции

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Сравнительная характеристика крупнейших розничных компаний

Сравнительная характеристика крупнейших розничных компаний. Описание профилей крупнейших компаний

Сравнительная характеристика крупнейших сетевых розничных компаний по основным описательным параметрам

Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими розничными компаниями

Анализ потребителей

Описание потребителей, оценка существующей и потенциальной емкости рынка

Сегментация потребителей с описанием и количественной оценкой сегментов

B2C рынки

Потребление Продукции

Структура потребления Продукции по видам и брендам Продукции

Степень активности в потреблении Продукции. Количество Продукции, потребляемое одним потребителем за единицу времени

Структура осведомленности потребителей о марках и поставщиках Продукции

Потребительские мотивации и поведение при покупке Продукции

Основные тенденции в потребительском сегменте

B2B рынки

Обобщающие выводы и рекомендации

Инвестиционная привлекательность/пустующие ниши на Рынке

Тенденции Рынка

Тенденции в ассортименте Продукции

Тенденции в ценовых сегментах

Тенденции по основным количественным показателям Рынка

Тенденции на конкурентном поле

Тенденции в потребительском сегменте

Общие выводы по отчету

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Список диграмм

Диаграмма 1. Динамика роста объема ВВП, млрд. руб.

Диаграмма 2. Рост ВВП 2005 – 2011 г.г. (прогноз), %

Диаграмма 3. Уровень инфляции и прогноз 2003 – 20011 (прогноз) гг., %

Диаграмма 4. Динамика среднемесячной номинально начисленной заработной платы, тыс. руб.

Диаграмма 5. Динамика реально располагаемых денежных доходов населения, % к соответствующему периоду предыдущего года

Диаграмма 6. Динамика оборота розничной торговли, млрд. руб.

Диаграмма 7. Доля основных игроков на рынке чая

Диаграмма 8. Доли растворимого и натурального кофе

Диаграмма 9. Основные страны-импортеры кофе в 2007 году, в натуральном выражении (в % от общего объема импорта)

Диаграмма 10. Доли ведущих производителей кофе в 2007 году.

Диаграмма 11. Соотношение долей различных каналов розницыкофе

Диаграмма 12. Распределение населения по Федеральным округам

Диаграмма 13. Сегментация населения Российской Федерации в зависимости от размера населенного пункта проживания

Диаграмма 14. Популярность различных видов кофе

Диаграмма 15. Потребление кофе в различных странах мира.

Диаграмма 16. Частота потребления кофе

Диаграмма 17. Факторы, определяющие выбор кофе, в %

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Список таблиц

Таблица 1. Сегментация по видам растворимого кофе, в натуральном выражении
Таблица 2. Сегментация по видам растворимого кофе, встоимостном выражении
Таблица 3. Основные страны-импортеры кофе в 2007 году, в стоимостном выражении (в % от общего объема импорта)
Таблица 4. Осовные страны-экспортеры кофе в 2007 году, в стоимостном выражении (в %от общего объема экспорта)
Таблица 5. Соотошение объемов экспорта и импорта кофе
Таблица 6. Осноные игроки рынка
Таблица 7. Предочтения в потреблении различных видов кофе (%)
Таблица 8. Предочтения потребителей по маркам кофе
Таблица 9. Предочтения потребителей по маркам натурального кофе
Таблица 10. STEP-анализ рынка
Таблица 11. Возможные риски, связанные с Рынком

Схема 1. Схема движения сырья и готовой продукции на рынке кофе

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПРОДУКЦИИ ПО ОСНОВНЫМ НАИМЕНОВАНИЯМ

Кофе можно подразделить на три большие категории. Основанием для разделения кофе на них служит качество зерен:

1. Первая категория - Майлд (Mild)
2. Вторая категория – Бразильский кофе
3. Третья категория – сорт Робуста

КОФЕ MILD

В эту группу входят все самые лучшие сорта кофе арабика – от редких до широко распространённых. Кофе в этой группе выращивают на высоте не менее 500 м. над уровнем моря, но чаще всего высота кофейных плантаций составляет 1000-1500 м. При этом кофейные ягоды собираются совершенно зрелыми и тщательно обрабатываются.

БРАЗИЛЬСКИЙ КОФЕ

Кофе в данной группе выращивается на бразильских плантациях, расположенных на равнине. Бразильский кофе менее качественный, чем mild, зачастую небрежно собран и обработан, вследствие чего появляется резкий и грубый вкус. Естественно бразильский кофе дешевле mild. Однако название этой категории не должно вводить в заблуждение – в Бразилии также выращивается и высококачественный дорогой кофе категории mild.

КОФЕ РОБУСТА

В данную категорию попадают сорта кофе робуста. Несомненно, это кофе уступает арабике по вкусовым качествам, а также на 30-40% богаче арабики по содержанию кофеина. Основными достоинствами этой категории являются неприхотливость в вегетации, устойчивость к болезням и, главное, дешевизна. На сегодняшний день кофе сорта робуста является самым популярным и занимает большую долю Рынка.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Объем Рынка

Российский рынок кофе в 2007 году оценивается экспертами не менее чем в …..тыс. тонн, или $..... млрд.

Темпы роста Рынка

Несмотря на то, что Россия всегда была чайной страной, рынок кофе в 1999-2001 гг. показывал стабильные темпы роста в 10-15%. С 2002 года рост российского рынка кофе несколько замедлился и в последние три года составляют 4-5% ежегодно.

Тем не менее, объём потребления кофе в России с 2003 года вырос на треть, хотя в среднем по миру увеличение потребления кофе составляет 2% в год. Если темпы роста российского рынка сохранятся на том же уровне, то через десять лет страна сможет увеличить потребление кофе до 5 млн мешков в год.

Как показывают исследования, российский рынок кофе уже близок к насыщению и общий рост продаж на нем замедляется. В течение ближайших пяти лет – с 2007-го по 2011 год – рынок кофе будет постепенно расти в стоимостном выражении благодаря повышению цен на сырье, инфляции, а также увеличению спроса на более качественные и, следовательно, более дорогие продукты.

В этот период сегмент натурального кофе будет расти как в натуральном, так и в стоимостном выражении. Прогнозируется, что темпы роста сегмента молотого кофе достигнут 8%, а сегмента кофейных зерен – почти 11% в натуральном выражении. В основном это будет обусловлено внутренними изменениями в структуре сегмента натурального кофе.

Сегмент растворимого кофе достиг насыщения, и в период с 2007-го по 2011 год на этом рынке не ожидается какой-либо существенной динамики. Возможно небольшое увеличение сегмента, при этом стоимостные показатели роста превысят натуральные в силу благоприятной макроэкономической ситуации.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Импорт продукции

Объемы импорта

На основе анализа таможенной статистики в 2007 году общие объемы ввоза кофе иностранными компаниями в денежном выражении составили $..... млн.

Таблица 1. Основные страны-импортеры кофе в 2007 году, в стоимостном выражении (в % от общего объема импорта)

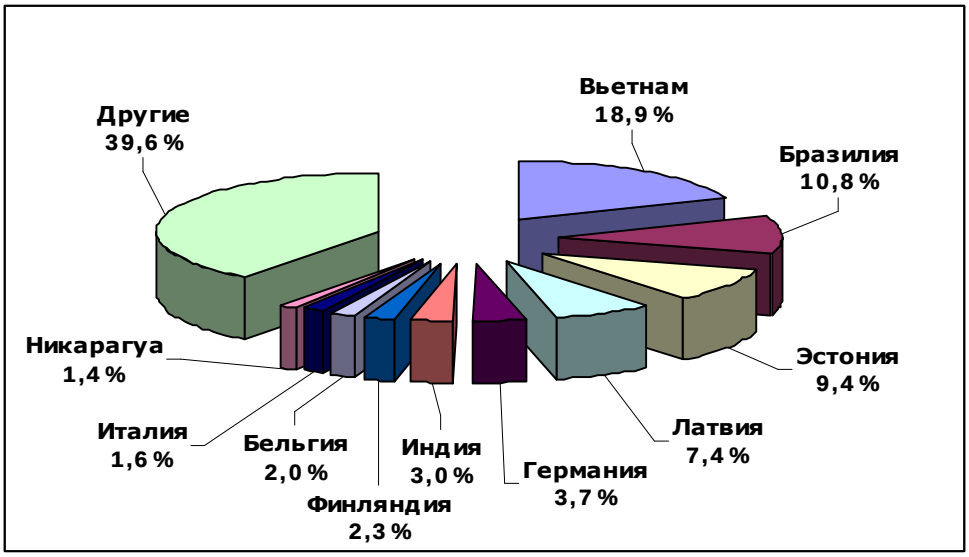
Страна-импортер	В $.	В %
ВЬЕТНАМ		
БРАЗИЛИЯ		
ЭСТОНИЯ		
ЛАТВИЯ		
ГЕРМАНИЯ		
ИТАЛИЯ		
ФИНЛЯНДИЯ		
ЛИТВА		
ИНДИЯ		
БЕЛЬГИЯ		
Другое		
ИТОГО		

Источник Таможенная база, 2007 г.

В 2007 году кофе импортировали преимущественно Вьетнам (15,2% от общего объема импорта), Бразилия (12,1%), Эстония (10,5%) и Латвия (10,4%).

Диаграмма 1. Основные страны-импортеры кофе в 2007 году, в натуральном выражении (в % от общего объема импорта)

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com



Источник Таможенная база, 2007 г.

Российское производство

Среди первых компаний, организовавших производство полного цикла, которые способны вырабатывать растворимый кофе из сырья можно выделить Московский пищевой комбинат и Детчинский завод овощных концентратов, которые принадлежат компании ОАО «Русский продукт». Третье производство базируется в Петербурге на ФГУП «Комбинат детского питания и пищевых концентратов». Сейчас и ЗАО «Московская кофейня на паяхъ» занялась производством сублимированного растворимого кофе.

В последние годы ситуация на рынке российского кофе претерпела ряд изменений. Так, если в 90-х он рос за счет увеличения поставок готового расфасованного продукта, то сегодня в стране стали появляться фасовочные предприятия западных производителей и производства полного цикла. Все они сосредоточены в основном в Центральном, Северо-Западном и Южном регионах, где проживает большая часть потребителей кофе.

В сегменте натурального кофе россияне отдают предпочтение национальным брендам – в силу более низкой цены, по сравнению с продукцией иностранных

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

производителей. По данным Euromonitor International, в сегменте натурального кофе наибольшая доля рынка в стоимостном выражении – 15,4% – принадлежала марке «Московская» (ЗАО «Московская кофейня на паяхъ»). На втором и третьем месте по доле рынка в стоимостном выражении располагались Paulig (Gustav Paulig Ltd.) и Tchibo (Tchibo GmbH, Германия), которым принадлежало соответственно 7,6 и 5,6% рынка.

В сегменте растворимого кофе лидером стала марка Nescafe (Nestle S.A., Швейцария), доля которой составила 21% в стоимостном выражении. Далее следуют Jacobs (Kraft Foods Inc., США) и Tchibo – их доли составили соответственно 12,3 и 7,7%.

Что касается сегмента кофейных смесей, то здесь лидировали напитки «3 в 1», а на втором месте располагались напитки «2 в 1». В целом на рынке кофе с большим отрывом от остальных операторов лидируют два производителя – Nestle и Kraft Foods, которые составляют серьезную конкуренцию друг другу, особенно на рынке растворимого кофе.

В 2008 году можно ждать значительного роста цен на чай и кофе. В январе 2008 года появилось сообщение Россельхознадзора о запрете ввоза растениеводческой продукции из Индии, так как в партии кунжута из этой страны обнаружен опасный вредитель. Кунжута Россия ввозит сравнительно немного, но под угрозой оказывается рынок чая и кофе – товаров, в отличии от кунжута, для нашей страны почти что стратегических.

Запрет вступил в силу с 28 января. Однако если чай или кофе будут расфасованы в железные и стеклянные банки уже на месте сбора сырья, и попадание жука в такую тару будет исключено, то они смогут ввозиться свободно.

Экспорт продукции

Объемы экспорта

В 2007 году объем экспорта кофе согласно анализу данных базы таможенной

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

статистики составил $... млн. в денежном выражении.

Таблица 2. Основные страны-экспортеры кофе в 2007 году, в стоимостном выражении (в % от общего объема экспорта)

Страна-экспортер	В $	В %
УКРАИНА		
ГРУЗИЯ		
АРМЕНИЯ		
КАЗАХСТАН		
МОЛДОВА, РЕСПУБЛИКА		
МОЛДАВИЯ		
ТАДЖИКИСТАН		
ЭСТОНИЯ		
КИРГИЗИЯ		
США		
другое		
ИТОГО		

Источник Таможенная база, 2007 г.

Наибольший объем экспорта кофе в 2007 году пришелся на Украину и Грузию и составил 8,131 млн. долл. (69,3% от общего объема экспорта) и 0,894 млн. долл (7,6%).

Соотношение экспорта и импорта

На настоящий момент в Россию преимущественно импортируется кофе, доля экспорта мала. В денежном выражении доля импорта составляет …% ($...млн.), а доля экспорта соответственно …% ($... млн.).

Таблица 3. Соотношение объемов экспорта и импорта кофе

	кг	%	$	%
Импорт				
Экспорт				
Всего				

Источник Таможенная база, 2007 г.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями Продукции

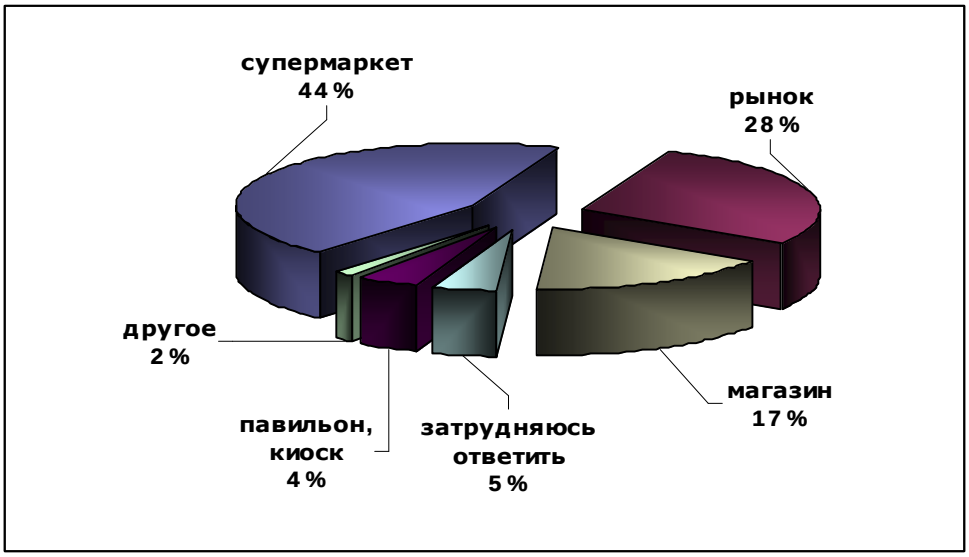
В последние несколько лет конкуренция на рынке российского кофе обостряется, однако конкуренция идет в основном между западными производителями, так как российские производители занимают незначительную долю в сегменте растворимого кофе. Западные компании для снижения издержек начинают переносить свое производство на территорию России.

Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора

Сегментация основных каналов розницы

Натуральный и молотый кофе, а также всевозможные варианты кофейных напитков продаются в России в магазинах, супермаркетах, на рынках и в ларьках (торговых павильонах).

Диаграмма 2. Соотношение долей различных каналов розницы кофе



Источник: www.delfi2000.ru

Основные параметры конкуренции

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

В области розничной торговли конкуренция идет по следующим параметрам:

- По цене продукции
- По разнообразию предоставляемой продукции
- По географическому охвату

Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими розничными компаниями

В последнее время ***конкуренция*** между розничными сетями идет ***в области экспансии.*** Они начинают открывать больше магазинов, выходят на новые рынки, осваивая новые территории. То есть сейчас конкуренция в основном лежит в области регионального расширения торговых сетей, некоторые сети выходят на рынок близлежащих государств.

- Основная тенденция - движение в регионы крупных сетей, где им приходится конкурировать с местными операторами.
- Значительный рост ассортимента, предлагаемого конечному потребителю.

- Все большее внимание уделяется не только городам-миллионикам с развитой инфраструктурой, но и более мелким городам.

- Крупные торговые сети, стремясь как можно быстрее закрепиться на рынке, покупают местных игроков.

- Происходит процесс слияния некоторых крупных игроков. В 2006г. произошло слияние сетей «Пятерочка» и «Перекресток».

- Развитие ритейла будет происходить в основном за счет региональных рынков. Федеральные сети продолжат движение в регионы, а региональные операторы начнут выходить на федеральный уровень.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

Группа Компаний Step by Step работает на рынке 7 лет, осуществляет полный комплекс консалтинговых и маркетинговых услуг, создавая возможность поддержки управленческих решений и развития бизнеса своих клиентов в следующих областях:

- Управленческий и маркетинговый консалтинг
- Брендинг
- Маркетинговые исследования
- Исследования и консалтинг в недвижимости

В состав Группы Компаний Step by Step входят такие подразделения, как:

- Step by Step Консалтинг
- Step by Step Исследования
- Step by Step Недвижимость
- Аналитический центр SbS Аналитика
- Call-центр MarketPhone

Ведущие специалисты Группы Компаний Step by Step состоят в таких профессиональных организациях, как Международная Ассоциация Профессионалов в области исследований общественного мнения и маркетинга (ESOMAR), НГПК (Национальная Гильдия Профессиональных Консультантов), Гильдия Маркетологов, РАРИ (Российская Ассоциация Рыночных Исследований), Московская ТПП.

На сегодняшний день в портфеле Группы Компаний Step by Step более 300 реализованных проектов. Мы гордимся сотрудничеством с такими организациями, как ОАО "Связьинвест", РАО "ЕЭС РФ", "АйТи", Компания "Русский бисквит", ТД "Снежная королева", кофейни "Мокко", ЗАО RENOVA, группа компаний РБК, группа компаний ТЕКОН, HITACHI ltd, Honewell, ассоциации экспортеров Бразилии (APEX), ЗАО «Детский мир», Blackwood, Система Галс.

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com