



Маркет
Аналитика

**РОССИЙСКИЙ РЫНОК СОКОВ.
МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РЫНКА**

Москва, февраль 2012



СОДЕРЖАНИЕ

I. ВВЕДЕНИЕ

II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА СОКОВ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА

1.1. Понятие услуги

1.2. Показатели социально-экономического развития

1.3. Влияющие и смежные рынки

Рынок тары и упаковки

Рынок фруктов

Рынок сокового концентрата

1.4. Резюме по разделу

2. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА СОКОВ

2.1. Сегментация Рынка по видам продукции

2.2. Сегментация Рынка в зависимости от вида упаковки

2.3. Ценовая сегментация Рынка

2.4. Сегментация Рынка по торговой марке

2.5. Резюме по разделу

3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА СОКОВ

3.1. Объем производства

3.2. Объем импорта и экспорта

3.3. Объем и темпы роста Рынка

3.4. Резюме по разделу

4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА СОКОВ

4.1. Уровень конкуренции, параметры конкуренции

4.2. Сегментация игроков рынка

4.3. Описание профилей крупнейших игроков Рынка

PepsiCo

Coca-Cola



«Вимм-Билль-Данн Продукты питания»

«Нидан соки»

«НПГ «Сады Придонья»

«Интерагросистемы»

4.4. Резюме по разделу

5. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ СОКОВ

5.1. Особенности сбытовой политики на Рынке

5.2. Розничная торговля на рынке

5.3. Оптовая торговля на Рынке

5.4. Нормативные документы, регулирующие деятельность на рынке

5.5. Резюме по разделу

6. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА СОКОВ

6.1. Объем потребления на Рынке

6.2. Потребительские предпочтения на Рынке

6.3. Резюме по разделу

7. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

7.1. Основные тенденции Рынка

7.2. PEST-анализ рынка

7.3. Риски и барьеры при выходе на рынок

7.4. Перспективы развития рынка

IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

Приложение 1. Показатели плотности содержания сухих веществ для отдельных видов соков



III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА СОКОВ

СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА СОКОВ

Сегментация Рынка по видам продукции

Продукцию, представленную на Рынке можно сегментировать по следующим **основаниям**:

1. По содержанию сока в готовой продукции

В зависимости от содержания сока в готовой продукции выделяют следующие виды напитков:

- Соки 100%-ые и восстановленные (натуральные свежесжатые напитки или напитки с долей концентрированного сока 50%-100%);
- Нектары (напитки с долей концентрированного сока 20%-50%);
- Сокодержательные напитки (напитки с долей концентрированного сока не менее 10%);
- Морсы (ягодный напиток с долей концентрированного сока не менее 15%).

По данным ***, около ***% потребления соковой продукции составляют нектары, на соки приходится **%, и ***% занимают сокодержательные напитки и морсы.

2. По способу получения готовой продукции

В зависимости от способа получения готовой продукции выделяют следующие виды соков:

- Прямого отжима
 - Восстановленные
-

3. По виду сырья

В зависимости от используемого для производства продукции сырья, соковая продукция делится на:



- Фруктовую
- Овощную
- Ягодную
- Смешанную, мультивитаминную (фруктово-ягодная, фруктово-овощная)
- Другие виды сырья (например, березовые, кленовые соки)

В структуре производства соков, наибольшую долю занимают яблочный сок (**%) и смеси фруктовых соков (**%). Далее идут томатный сок и сок топоческих плодов (по **%), за которыми следует апельсиновый сок (**%). На долю других соков приходится не более **%.

4. По количеству используемых компонентов сырья

В зависимости от количества используемых компонентов сырья выделяют соковую продукцию:

- Из одного компонента (например, сок томатный, апельсиновый, смородиновый и т.д.);
 - Из двух компонентов (например, сок яблочно-виноградный);
 - Более чем из двух компонентов (мультивитаминные соки).
-

Сегментация Рынка в зависимости от вида упаковки

На Рынке существует большое количество видов упаковки. Таким образом, Рынок можно просегментировать в зависимости от материала упаковки продукции и ее емкости.

.....



ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА СОКОВ

Объем производства

По данным «ФСГС РФ», по итогам 2011г. **производство соков** в России сократилось на ***% до *** млн. условных банок. в 2011г. было произведено около *** млн.л. сока.

.....

Что касается общего производства **соковой продукции** в РФ, то, несмотря на высокую степень изученности отечественного рынка, количественные данные имеют расхождения. По оценке ***, в 2010г. в России было произведено *** млн.л соковой продукции, что на **% превышает показатели 2009г. В свою очередь «***» оценивает производство соковой продукции в 2010г. на уровне *** млн.л при темпах роста около **%.

По данным «***», наибольшую долю в производстве соковой продукции в РФ составляют нектары (**%), на втором месте по объему производства находятся соки (**%). Далее следуют сокосодержащие напитки (**%), и морсы (*%).

Объем импорта и экспорта

Если в начале 90-х годов прошлого века отечественный рынок соковой продукции практически полностью заполнялся за счет импортной продукции, то на сегодняшний день около 95% соковой продукции производится в России.

.....

Что касается поставок отечественной соковой продукции за рубеж, то последние годы **экспорт** соковой продукции колеблется в пределах *% от общего объема производства. Так, в 2005 г. на долю экспорта приходилось **%, а в 2010 г. – **%. В основном экспорт осуществляется в страны СНГ.



Объем и темпы роста Рынка

.....

По прогнозу в 2010г. объем рынка соковой продукции составил около ... млрд.л., темпы роста рынка в 2011-2012 годах должны составить до **% в год.

При сохранении позитивных тенденций 2011-2012г.г. могут стать переломными для рынка, когда его объем достигнет ****.

По данным ***, оборот рынка соков и нектаров в России с 2006 по 2010 г.г. вырос на ***% и достиг *** млрд. руб. Темпы роста рынка соков и нектаров в стоимостном выражении намного опережающими рост рынка в натуральном выражении. Опережение обусловлено постоянным ростом цены на соковую продукцию. Как мы отметили ранее с 2006 по 2011 г.г. средняя цена 1 л соков и нектаров выросла на

КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА СОКОВ

Уровень конкуренции, параметры конкуренции

Среди основных параметров конкуренции на Рынке можно выделить следующие:

- Цена
- Упаковка
- Целевая аудитория продукции
- Ассортимент по видам соковой продукции
- Ассортимент по используемому сырью и категории продукции (сырье: фрукты, овощи, ягоды, соковые концентраты и др; категория: натуральный или восстановленный сок и т.п.).
- Ассортимент по маркам (брендируемая/небрендируемая продукция, степень узнаваемости бренда)



- Наличие продукта пересекающихся рынков (например, сока и молока)

На территории РФ функционирует порядка 236 предприятий, производящих соковую продукцию. Среди которых можно выделить следующие: «Вимм-билль-данн напитки», «Нидан-гросс», «Экспериментально-консервный завод «Лебедянский», «Мултон», «Сады Придонья», «Прогресс», «Амтел Софт Дринкс», «Интерагросистемы», «Санфрут», «Ширококарамышский консервный завод-2001», «Бородино», «Придонье», «Ленинградское», совместное предприятие «Нидан-Экофрукт», «Белгородский молочный комбинат», «Покровский консервный завод», «Поляное», «Лактис», «Арта» и другие.

По данным «РСПС», крупнейшими игроками рынка являются следующие компании:

- PepsiCo
 - «Лебедянский»
 - «Вимм-Билль-Данн Напитки»
- Coca-Cola
 - «Мултон»
 - «Нидан Соки»
- «Сады Придонья»
- «Интерагросистемы»

Сегментация игроков рынка

Игроков Рынка можно сегментировать следующим образом:

1. По владельцу контрольного пакета акций компании-производителя соковой продукции:

- **Российские компании - производители продукции. Примеры компаний:**
 - ОАО «Вимм-Билль-Данн продукты питания»,
 - ОАО «Нидан Соки»,



-
- ...
- **Представительства иностранных производителей продукции в России** - компании, производящие продукцию за пределами РФ, но имеющие официальные представительства для продажи продукции в РФ, или компании, обладающие контрольным пакетом акций российских компаний. Примеры компаний:
 - PepsiCo (продукция компании ОАО «Лебедянский», «ВВД»)
 - ...
 - ...

2. По специализации производителя:

- **Производство и/или продажа только соковой продукции. Примеры компаний: ОАО «Нидан Соки», ООО «Интерагросистемы».**

Описание профилей крупнейших игроков Рынка

PepsiCo

<http://www.pepsico.ru/>

О компании

- В июле 1959 года в Москве началась первая в истории взаимоотношений двух стран Американская национальная выставка. В 1974 году открылся первый завод по розливу «Пепси» в Новороссийске. В 1979 году начались массовые продажи «Пепси-Колы» в фирменных киосках в Москве.
- В 2008 году PepsiCo совместно со своим крупнейшим боттлером, The Pepsi Bottling Group, приобрела 75,53% акций крупнейшего в России производителя натуральных



соков – ОАО «Лебедянский», тем самым заняв лидерскую позицию на российском рынке соков и нектаров и укрепив свой продуктовый портфель линейкой полезной для здоровья продукции.

- PepsiCo в России объединяет три бизнеса: «Фрито Лей Мануфактуринг» (производство и дистрибуция соленых закусок, «Лебедянский» (соковой продукции) и «Пепсико Холдингс» (газированных и негазированных напитков).
- Компания имеет 8 действующих заводов и 1 новый (открыт 8 июля 2009 года).
- В феврале 2011г. американская PepsiCo консолидировала 100% одного из крупнейших в России производителей молочной продукции и напитков ОАО «Вимм-Билль-Данн Продукты Питания» (ВБД), выкупив в рамках процедуры принудительного выкупа (squeeze-out) оставшиеся 1,37% акций компании.

Направления деятельности

- Соковая продукция
- Газированные и негазированные напитки
- Соленые закуски

Ассортиментная политика в сегменте соковой продукции

- Соки (натуральные, прямого отжима, восстановленные). Бренды: «Tropicana» (собственный бренд компании PepsiCo), «Я», «Тонус», «Тонус Active +», «Фруктовый Сад», «Привет», «Долька», «Туся Джуся»
- ...
- ...

География деятельности

- Россия
- Страны СНГ



Показатели деятельности

В сегменте соковой продукции компания занимает – **%:

- «Лебедянский» – **%
- «ВБД» - **%

Таблица. Основные финансовые показатели деятельности компании «Пепсико Холдингс», 2005-2010 гг.

Год	Объем реализации, млн. руб.	Объем реализации в долл. США, млн. долл.
2005		
2006		
2007		
2008		
2009		
2010		

Источник: РА «Эксперт РА», 2011г.

Преимущества

- Высокая рыночная доля.
- Высокая узнаваемость брендов (в т.ч. соковой продукции).
- ..
- ...

Стратегия развития

-

Планы по развитию

-
-



Coca-Cola

<http://www.cocacolarussia.ru/>

О компании

- Впервые Coca-Cola попадает в СССР в качестве официального напитка московской Олимпиады 1980 года. В 1991 году в Москве открывается представительство компании. В 1994 году – открытие завода в Москве. Добившись отличных результатов на российском рынке, компания Coca-Cola решает воссоздать в России классическую схему своей работы. В 2001 году все 11 заводов продаются одному из крупнейших буттлеров компании – греческой Coca-Cola Hellenic (ООО «Кока-Кола ЭйчБиСи Евразия»), лидеру по производству безалкогольных напитков в Европе.
- ...
- ...

Направления деятельности

Сейчас в России компания Coca-Cola производит и продает более 400 видов напитков в различной упаковке. Ассортимент продукции: газированные и негазированные напитки, соковая продукция, квас.

Ассортиментная политика в сегменте соковой продукции

- Соки (натуральные и обогащенные). Бренды: «Добрый», «Rich», «Ясли-Сад» (для детей от 3-х месяцев), «Nico BioTime»
- ...
- ...

География деятельности

- Россия
- Ряд стран СНГ



Показатели деятельности

-

Преимущества

- Высокая рыночная доля
- ..
- ..

Стратегия развития

-

Планы по развитию

-

Таблица. Сравнительные характеристики игроков Рынка

Наименование компании	Год выхода на российский рынок	Ассортимент продукции	Бренды соковой продукции	География	Доля Рынка, %	Преимущества
<i>PepsiCo</i> (Лебедянский, ВВД)						
<i>Coca-Cola</i> (Нидан, Молтон)						
<i>Сады Придонья</i>						
<i>Интерагросистемы</i>						

Источник: «Маркет Аналитика»



КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ СОКОВ

Особенности сбытовой политики на Рынке

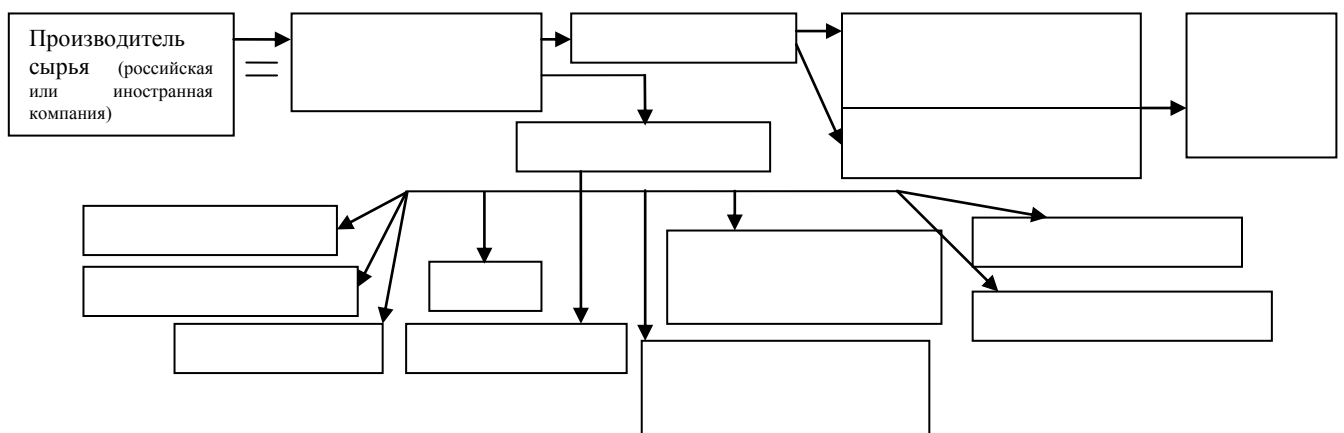
С целью изучения особенностей сбытовой политики и более ясного их понимания, следует сегментировать игроков Рынка следующим образом:

- **Вариант 1**, когда российская компания является производителем продукции и владельцем бизнеса.
- **Вариант 2**, когда российская компания является производителем продукции, но владельцем бизнеса является иностранная компания.
.....
.....
- **Вариант 3**,

Варианты каналов распространения продукции представлены ниже на схеме 1.

Схема 1. Цепочка движения товара на Рынке (вариант 1)

Российская компания – производитель соковой продукции и владелец бизнеса



Источник: «Маркет Аналитика»



Таблица. Форматы оптовой и розничной торговли на российском рынке соковой продукции

Вариант	Формы оптовой и розничной продажи	Примеры компаний
Формы оптовой продажи		
1	Дистрибьютор/дистрибьюторные центры в регионе(ах), в другой стране	
	Филиал, сеть филиалов в регионе(ах)	
	Представительство компании в регионе	
3	Официальный дистрибьютор	
	Представительство компании	
Формы розничной продажи		
1-2-3	Супер/Гипермаркеты	
	Торговые автоматы	
	Рестораны, кафе, столовые	
	Кафе быстрого питания	
	Киоски/Палатки	
	Продуктовые рынки	
	Универсамы/Гастрономы	
	Продуктовые магазины	
	Аптеки	
	Магазины продукции для детей или аналогичные отделы в других магазинах	
1-2-3	Интернет-продажи (могут осуществляться оптовым, розничным продавцом или компанией-производителем)	

Источник: «Маркет Аналитика»

Розничная торговля на рынке

В условиях нестабильной экономики особенно важно понимать, какие каналы способны донести необходимые объемы товара до потребителя и обеспечить максимально возможную прибыль. Поэтому основным вопросом для поставщика является выбор розничного канала реализации.

По данным «ФСГС РФ», оборот розничной торговли продовольственными товарами в январе-ноябре 2011г. составил **8,2 трлн. руб.**, что на 14% больше, чем за аналогичный период 2010г., тогда оборот продуктового ритейла составил 7,1 трлн. руб.



Сравнив текущие показатели с динамикой за последние несколько лет, можно отметить

.....
.....

Таблица. Сегментация сетей розничной торговли продуктами питания по форматам

Тип	Определение	Площадь, м ²	Ассортимент, ассортиментных позиций	Местоположение	Типичный покупатель
Cash & Carry					
Гипермаркет					
Супермаркет					
Дискаунтер					
«Магазин у дома»					

Источник: Департамент консалтинга РБК, 2010г.

На сегодняшний день наибольшая доля в структуре продаж продуктов питания принадлежит дискаунтерам (**%).

В свою очередь на долю супермаркетов приходится **% оборота российских продовольственных сетей, а на долю гипермаркетов (включая cash & carry) - **%.

Таблица. Сегментация сетей розничной торговли продуктами питания по территориальному охвату

Тип сети	Описание сети	Типичные представители
Глобальная		
Федеральная (национальная или общероссийская)		
Локальная (региональная или местная)		

Источник: Департамент консалтинга РБК, 2010 г.



Оптовая торговля на Рынке

Краткая информация о некоторых дистрибьюторах продуктов питания в РФ и особенностях их деятельности.

Торговый Дом «Леон»

<http://www.td-leon.ru/>

Торговый Дом «Леон» занимается логистикой и дистрибуцией продуктов питания и соков на рынке С-Петербурга и Ленинградской области с 1996 года.

Стратегическими партнерами ТД «Леон» (оптовая продажа продуктов питания) в настоящее время являются Компании «Нидан Соки», «Мултон», «Мистраль» и «Нарзан». В логистику ТД «Леон» входит обслуживание федеральных сетей, таких как Лента, Метро, О'Кей, также локальные сети и традиционная розница С-Петербурга и Ленинградской области.

Благодаря собственному отелу продаж Торговый Дом имеет собственную клиентскую базу более 2500 торговых точек. На сегодняшний день Торговый Дом «Леон» способен доставить более 800 заказов в течение 24 часов.

Компания «Сладкая жизнь»

<http://www.swlife.nnov.ru/>

Компания «Сладкая жизнь» осуществляет оптовую торговлю продуктами питания. Компания работает на рынке с 1992 года.

География деятельности: Нижегородская область, республика Марий Эл, Чувашская республике и Республика Мордовия.

-
-



Таблица. Основные способы организации доставки продукции оптовыми компаниями на Рынке

Наименование компании	Способ организации доставки/Преимущества компании
ТД «Леон»	
Компания «Сладкая жизнь»	
ООО «Ант Арес»	
Компания «СТЭЛМАС-Д»	
Компания «Ангел Опт»	

Источник: «Маркет Аналитика»

АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА СОКОВ

Объем потребления на Рынке

Согласно результатам исследования, последние 2 года потребление соков в России

.....

.....

Наиболее высокая доля потребления соков наблюдается в Москве, Санкт-Петербурге, а также Сибирском и Дальневосточном федеральных округах, где покупают соки ***% жителей.

Потребительские предпочтения на Рынке

Обычно потребителями соковой продукции являются все участники домохозяйств, особенно дети. Можно отметить, что среди мотивов покупателей данного вида продукции, так или иначе присутствует: забота о здоровье своем и своих близких, активный образ жизни, как следствие, стремление следить за здоровьем.

В общем, целевую аудиторию соковой продукции можно разделить на 4 основных блока:

- ...
- ...



В последние годы растет доля тех, кто руководствуется такими факторами как приемлемая цена (***% опрошенных, 1 квартал 2011 г.) и известность бренда (***% по данным 1 полугодия 2011 г.).

ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

Основные тенденции Рынка

- Наибольшей популярностью у потребителей пользуются фруктовые смеси, затем традиционно популярный вкус - яблоко за которым следуют мультифруктовые сочетания, апельсин и томат. *(Источник: «РСРС», 2011г.)*
- Тенденция, связанная с удобством потребления: упаковка приобрела её современную, привлекательную форму с наличием закручивающейся крышки, из которой продукт легко наливается и через которую сок удобно потреблять даже на ходу.
- ...
-

PEST-анализ рынка

Факторы внешней среды	Влияние факторов
<i>Политические</i>	
<ul style="list-style-type: none">• Законодательная база;• Государственные стандарты и нормы;• Таможенное законодательство.	
<i>Социальные</i>	
<ul style="list-style-type: none">• Ухудшение материального положения населения России;• ..•• ...	
<i>Технологические</i>	



Факторы внешней среды	Влияние факторов
<ul style="list-style-type: none">• Увеличение импорта сырья;•	
<i>Экономические</i>	
<ul style="list-style-type: none">• ...•	

Источник: «Маркет Аналитика»

Перспективы развития рынка

Исходя из положительных тенденций экономического развития 2011 года и прогнозов экспертов, рост рынка соков возобновиться. Разница сценариев развития – в скорости восстановления.

Таким образом, среди основных перспектив развития Рынка можно отметить следующие:

- Сосредоточение и перемещение потенциала Рынка из российских мегаполисов в регионы, где культура потребления соков только начинает развиваться.
-



ПЕРЕЧЕНЬ ТАБЛИЦ И ДИАГРАММ

- Диаграмма 1. Динамика ВВП за период 2006-2010гг., в текущих ценах, млрд. руб.
- Диаграмма 2. Прогноз величины ВВП на 2011-2014г.г., %.
- Диаграмма 3. Индекс потребительских цен, в 2010-2011г.г., % к предыдущему месяцу
- Диаграмма 4. Уровень занятости в ноябре 2011г., %
- Диаграмма 5. Уровень безработицы по федеральным округам в ноябре 2011г. (% от численности экономически активного населения)
- Диаграмма 6. Динамика среднемесячной номинально начисленной заработной платы, руб.
- Диаграмма 7. Оборот розничной торговли в 2006-2010г.г., трлн. руб.
- Диаграмма 8. Динамика оборота розничной торговли за период 2010-2011 гг., млрд. руб.
- Диаграмма 9. Структура оборота розничной торговли в ноябре 2011г., %
- Диаграмма 10. Структура оборота розничной торговли в зависимости от места реализации товара, в ноябре 2011г., %
- Диаграмма 11. Структура использованных упаковочных материалов в крупных мегаполисах, %
- Диаграмма 12. Динамика рынка тарного картона за 2007-2010 год, тыс. тонн
- Диаграмма 13. Объем рынка свежих фруктов в РФ в 2006-2011г.г., млрд. руб.
- Диаграмма 14. Структура Рынка в зависимости от содержания сока в готовой продукции, %
- Диаграмма 15. Структура Рынка в зависимости от способа получения продукции, % (в натуральном выражении)
- Диаграмма 16. Структура Рынка в зависимости от вида сырья, 2011г., % (в натуральном выражении)
- Диаграмма 17. Структура Рынка в зависимости от материала упаковки, % (в денежном выражении)
- Диаграмма 18. Предпочтение потребителей относительно емкости упаковки в 2010г., %
- Диаграмма 19. Ценовая сегментация рынка соков и соковой продукции, %
- Диаграмма 20. Средняя стоимость фруктового сока в РФ в 2010-2011г.г., руб./л
- Диаграмма 21. Средняя стоимость фруктового сока в РФ в 2006-1011г.г., руб./л
- Диаграмма 22. Динамика производства сока в РФ за 2005-2011г.г.



Диаграмма 23. Динамика производства соковой продукции в РФ за 2007-2011г.г., млн.л

Диаграмма 24. Структура производства соковой продукции в 2011г. в РФ, % (в натуральном выражении)

Диаграмма 25. Доля импорта на российском рынке соковой продукции, %

Диаграмма 26. Динамика рынка соковой продукции в 2005-2012г.г., млрд.л

Диаграмма 27. Доля основных игроков Рынка, %

Диаграмма 28. Динамика продуктового ритейла в январе-ноябре 2006-2011 гг., трлн. руб.

Диаграмма 29. Структура продуктового ритейла по показателю оборота, %

Диаграмма 30. Структура сетевой розницы, %

Диаграмма 31. ТОП-10 продуктовых сетей РФ в 2010г., % (в стоимостном выражении)

Диаграмма 32. Динамика потребления сока в России в ИПГ 2000-2011г.г., %

Диаграмма 33. Динамика потребления соковой продукции в РФ за 2002-2010г.г., литров/чел. в год

Диаграмма 34. Потребление сока по федеральным округам в ИПГ 2011г, %

Диаграмма 35. Факторы выбора соков, %

Диаграмма 36. Самые популярные соки в России, %

Таблица 1. Распределение соковой продукции в зависимости от ценового сегмента

Таблица 2. Рейтинг «Эксперт-400» крупнейших компаний России по итогам 2010-2011г.г.

Таблица 3. Основные финансовые показатели деятельности компании «Пепсико Холдингс», 2005-2010 гг.

Таблица 4. Основные финансовые показатели деятельности компании «Кока-Кола ЭйчБиСи Евразия», 2005-2010 гг.

Таблица 5. Основные финансовые показатели деятельности компании «Вимм-Билль-Данн Продукты питания», 2005-2010 гг.

Таблица 6. Основные финансовые показатели деятельности компании «Нидан Соки», 2007-2008 гг.

Таблица 7. Сравнительные характеристики игроков Рынка

Таблица 8. Форматы оптовой и розничной торговли на российском рынке соковой продукции



Таблица 9. Сегментация сетей розничной торговли продуктами питания по форматам

Таблица 10. Сегментация сетей розничной торговли продуктами питания по территориальному охвату

Таблица 11. Основные способы организации доставки продукции оптовыми компаниями на Рынке

Схема 2. Цепочка движения товара на Рынке (вариант 1)

Схема 3. Цепочка движения товара на Рынке (вариант 2)

По поводу приобретения готовых маркетинговых исследований компании «Маркет Аналитика» обращайтесь по указанным контактам.

Контактная информация:

Телефон: +7 (495) 720-13-80

E-mail: info@marketanalitika.ru

WWW.MARKETANALITIKA.RU