



Маркет
Аналитика

ДЕМО-ВЕРСИЯ

**РОССИЙСКИЙ РЫНОК ВОДКИ
МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ
И АНАЛИЗ РЫНКА**

Москва, ноябрь 2009 год



СОДЕРЖАНИЕ

СОДЕРЖАНИЕ

I. ВВЕДЕНИЕ

II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ВОДКИ

1. Общая характеристика Рынка

1.1. Понятие водки

1.2. Показатели социально-экономического развития

1.3. Мировой рынок водки

1.4. Российский рынок алкогольной продукции

1.5. Влияющие рынки

Рынок зерновых культур

Рынок тары и упаковки

1.6. Резюме по разделу

2. Структура Рынка

2.1. Сегментация Рынка по основным видам водки

2.2. Сегментация Рынка по видам упаковки

2.3. Ценовая сегментация Рынка и ценообразование на Рынке

Основные принципы ценообразования на Рынке

Ценовая сегментация Рынка

Динамика цен на Рынке

2.4. Сезонность на Рынке

2.5. Резюме по разделу

3. Основные количественные характеристики Рынка

3.1. Объем производства, экспорта и импорта

Российское производство

Импорт на Рынке

Экспорт на Рынке

3.2. Объем и ёмкость Рынка



- 3.3. Темпы роста Рынка
 - 3.4. Резюме по разделу
 - 4. Конкурентный анализ Рынка
 - 4.1. Конкуренция на Рынке
 - 4.2. Описание профилей крупнейших игроков Рынка
 - ЗАО «ГК «Русский алкоголь»
 - ОАО «Синергия»
 - ООО «Винексим»
 - ООО «Алкогольная сибирская группа»
 - ОАО «Московский завод «Кристалл»
 - ГК «Союз-Виктан»
 - ЗАО «Урожай» (ГК «Парламент»)
 - ГК «Алкогольные заводы Гросс»
 - 4.3. Резюме по разделу
 - 5. Каналы продаж на Рынке
 - 5.1. Особенности сбытовой политики на Рынке
 - 5.2. Описание розничного сегмента
 - Продуктовая и специализированная розница
 - Предприятия общественного питания
 - 5.3. Резюме по разделу
 - 6. Продвижение на Рынке
 - 7. Анализ потребителей Рынка
 - 7.2. Объем потребления на Рынке
 - 7.3. Резюме по разделу
 - 8. Выводы и рекомендации по исследованию
 - 7.1. Основные тенденции Рынка
 - 7.2. PEST-анализ Рынка
 - 7.3. Риски и барьеры Рынка
- IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

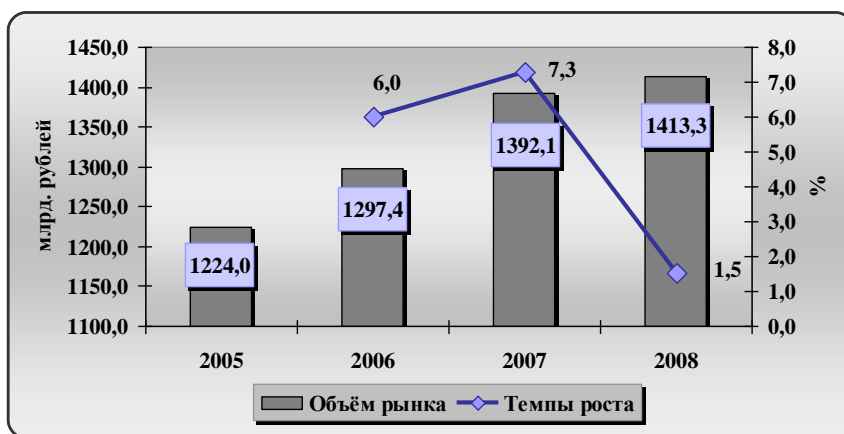


Рынок алкогольной продукции в России практически всегда играл большую роль в экономике. Несмотря на то, что за последние 25 лет доля алкоголя в товарообороте страны сократилась, алкогольный рынок по-прежнему занимает лидирующие позиции среди других рынков продовольственных товаров, как по темпам развития, так и по доле отчислений в федеральный и региональные бюджеты.

Российский рынок алкогольной продукции

Объём российского рынка алкогольной продукции по итогам 2008 года составил в стоимостном выражении 1413,3 млрд. рублей (не включая слабоалкогольные напитки), темпы прироста упали до 1,5% с 7,3% в 2007 году. Тот же показатель в натуральном выражении составил 1458,2 млн. декалитров, рынок продемонстрировал отрицательные темпы прироста -0,7%, что на 12,8% меньше, чем в 2007 году.

Диаграмма. Динамика рынка алкогольной продукции в стоимостном выражении за период 2005-2008 гг., млрд. руб. (не включая слабоалкогольные напитки)

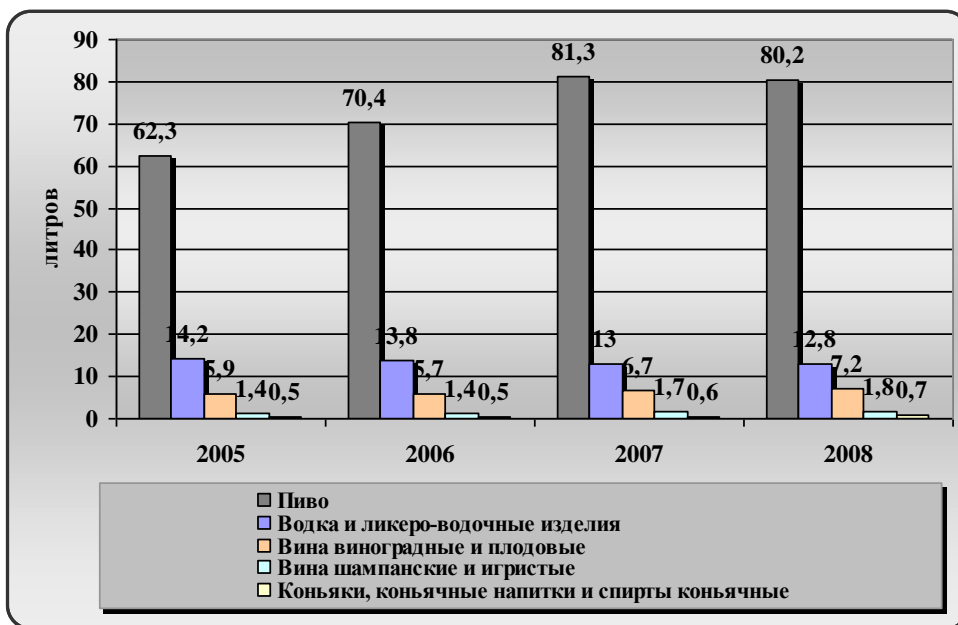


Источник: Федеральная служба государственной статистики



Россияне не стали меньше пить, но, в то же время, уже в первой половине 2008 года началось заметное снижение числа потребителей в среднем ценовом алкогольном сегменте (от 100 до 200 рублей - и водка, и вино). Причинами стали рост инфляции и снижение уровня жизни группы условного «среднего класса». В последние годы (2003-2007 годы) эта группа активно формировалась. Происходило перераспределение потребления легальной водки: с 2004 по 2007 год при постоянном объеме легального рынка водки сегмент водки от 100 до 200 рублей вырос в четыре раза.

Диаграмма. Динамика потребления алкогольных напитков за период 2005-2008 гг., литров на душу населения



Источник: Федеральная служба государственной статистики

В структуре российского рынка алкогольной продукции наибольшая доля (по стоимости) приходится на пиво - 75%, также значительную долю занимают водка и ликёро-водочные изделия – 14%. А вот такие категории, как коньяки и коньячные напитки, вина плодовые и винные напитки занимают менее 1% рынка.



Ценовая сегментация Рынка

На российском рынке водки можно выделить следующие ценовые сегменты:

- Суперпремиальный – свыше 350 рублей за литр;
- Премиальный – 260-350 рублей за литр;
- Субпремиальный – 150-260 рублей за литр;
- Средний – 120-150 рублей за литр;
- «Народный» - 90 – 120 рублей за литр;
- Базовый – ниже 90 рублей за литр.

Наибольшую долю в структуре Рынка занимает средний и «народный» ценовые сегменты – ... % и ... % соответственно. Значительную долю – свыше ...% - также занимает субпремиальный сегмент.

До начала кризиса российский рынок спиртного был четко дифференцирован по ценовым сегментам. До появления кризисных явлений доля среднего, субпремиального, премиального и суперпремиального сегментов росла. При этом темпы роста суперпремиального и премиального сегментов были выше, чем субпремиального и среднего в последние годы, что было связано с ростом благосостояния населения. В настоящий момент весь рост премиального сегмента за последние несколько лет, а значит, и переход потребителей из одного подсегмента в другой, более высокий, был полностью нивелирован кризисом. В любом случае в наиболее выгодном положении оказываются игроки, имеющие диверсифицированный портфель торговых марок и представленные во всех ценовых сегментах алкогольного рынка.



Динамика цен на Рынке

Средний уровень потребительских цен на водку выше обыкновенного качества составлял в 2008 году около 195 рублей, темпы прироста цен составили ... %, что на 1,5 процентных пункта выше, чем в 2007 году. В I полугодии 2009 года средние потребительские цены составили ... рублей, что на ... рублей выше, чем за аналогичный период 2008 года.

Объём производства, экспорта и импорта

Российское производство

Объём отечественного производство водки и ликероводочных изделий (ЛВИ) в 2008 году составил ... млн. дал., сократившись по сравнению с предыдущим годом на ... %. В 2007 году темпы прироста производства водки и ЛВИ были максимальными за последние 8 лет и составили более ... %.

По итогам I полугодия 2009 года производство данной категории алкогольных напитков составило около ... млн. дал, сократившись по сравнению с аналогичным периодом 2008 года почти на ... %. Участники Рынка объясняют такое значительное сокращение производства временными трудностями, связанными с последствиями финансово-экономического кризиса: задержка розничными сетями оплаты товара поставщикам, которая приводит к задержке в расчетах с производителями, которые сокращают производство, опасаясь, что при прежних объемах у них не хватит денег на оплату акциза.



В 2008 году рынок характеризовался такими трендами, как: премиумизация и легализация. В результате роста свободных денежных доходов населения, потребители переключались с потребления дешевых брендов на более дорогие, что привело к росту производства водки, относящихся к высоким ценовым сегментам. Серое и нелегальное производство алкогольной продукции вытеснялось в основном активными мерами государства.

Импорт на Рынке

Объем импорта крепких алкогольных напитков составил ... млн. дал, прирост по сравнению с 2007 годом составил ... %. За 5 месяцев 2009 года объем импорта крепкого алкоголя составил ... млн. дал. прирост составил ... млн. дал.



Таблица. Динамика импорта крепких алкогольных напитков в натуральном выражении за период январь 2007 - май 2009 гг., млн. литров

Месяц	Объем импорта		
	2007	2008	2009
Январь			
Февраль			
Март			
Апрель			
Май			
Июнь			
Июль			
Август			
Сентябрь			
Октябрь			
Ноябрь			
Декабрь			
Всего			

Источник: <http://www.alkogol.com/>

В категории крепких спиртных напитков снижение объемов импорта по сравнению с прошлым годом выражено более сильно, чем в категории вин и по рынку в целом. За период январь-апрель этот показатель составил ... % относительно результатов 2008 года. Также традиционное майское падение импорта оказалось более значительным, чем в 2008 году: ... % вместо ... % 2008 году.

Среди крупнейших стран-импортеров крепких алкогольных напитков в Россию можно выделить следующие: Украина, Армения, Великобритания, Франция, Молдова, Швеция, Ирландия, Финляндия, Мексика, США.

Экспорт на Рынке

По данным ФСГС, объем экспорта российской водки в натуральном выражении составил по итогам 2008 года около ... млн. тонн, темпы прироста составили ... %, что почти на ... процентных пункта ниже, чем в 2007 году.



Объем экспорта российской водки в стоимостном выражении составил по итогам 2008 года \$... млн., сократившись по сравнению с 2007 годом на ... %. Основную долю экспорта в 2008 году составил ... % (в натуральном выражении) составил экспорт в государства-участницы СНГ.

Объем и ёмкость Рынка

Объем Рынка в натуральном выражении в 2008 году составил 177 млн. декалитров, что на 8 млн. декалитров больше, чем в предыдущем году. Объем Рынка сокращался на протяжении нескольких лет – с 2005 года. По оценкам экспертов, Рынок в 2009 году вырастет до ... млн. декалитров.

В стоимостном выражении объем Рынка в 2008 году составил ... млрд. рублей, что на ... млрд. рублей меньше, чем в 2007 году. Таким образом, в 2007-2008 гг. Рынок сократился не только за счет сокращения потребления водки и ЛВИ, но и за счет сокращения цен на данную категорию продукции.

Территориальная структура Рынка выглядит следующим образом: ... % Рынка в стоимостном выражении занимает Центральный федеральный округ. На втором и третьем месте Приволжский и Сибирский федеральные округа – ... % и ... % соответственно.

Темпы роста Рынка

Темпы роста Рынка в натуральном выражении в 2008 году составили - ... %, что на ... процентных пункта больше, чем в 2007 году. По прогнозам экспертов темпы роста в 2009 году вырастут и достигнут ... %.

В стоимостном выражении темпы роста составили -.... %, что на ... процентных пункта больше, чем в 2007 году.

Таким образом, темпы роста в 2008 году выросли (как в натуральном, так и в стоимостном выражении), однако показали отрицательный результат, как в 2007 году. В 2009 темпы роста



Рынка будут положительными и значительно превышать показатели последних лет, как в натуральном, так и в стоимостном выражении.

Конкуренция на Рынке

Рынку присуща крайне низкая степень консолидации. К началу 2009-го, в России действовало ... производителей. Для сравнения по итогам 2000 года в России работало около 700 заводов по производству водки и ЛВИ.

В рейтинге крупнейших российских производителей водки наиболее крупными являются: ГК «Русский Алкоголь», ГК «Синергия», Московский завод «Кристалл», Алкогольная Сибирская Группа, ГУП «Татспиртпром». Их совокупный объем производства составляет ... млн. дал, а совокупная доля по объемам производства составляет ...%, а по стоимости отгружаемой продукции – ...%.

Таблица. Крупнейшие производители водки и ЛВИ в России

№	Название компании	Объем производства ЛВИ, млн. дал за 2008 год	Доля Рынка по объемам производства	Доля Рынка по стоимости отгружаемой продукции
1				
2				
3				
4				
5				

ФСГС, 2009

По итогам I полугодия 2009 года крупнейшие 10 игроков занимают ... % Рынка. Рост их совокупной доли составил ... % по сравнению с I полугодием 2008 года, что на ... процентных пункта меньше, чем аналогичный показатель 2008 года.

В целом на Рынке наблюдается тенденция консолидации: доли крупнейших компаний растут, тогда как небольшие производители постоянно теряют свои позиции. Однако



уровень концентрации остается относительно невысоким по сравнению с другими рынками алкогольных и безалкогольных напитков (пиво, соки).

Таблица. Рейтинг 10 крупнейших производителей водки в 2008 году

Компания	Доля по стоимости (в %)		Прирост (п. п.)	Доля по стоимости (%) по I полугодие 2009 года	Прирост (п. п.)
	I полугодие 2007 года	I полугодие 2008			
«Русский Алкоголь»					
«Синергия»					
«Винексим»					
Алкогольная Сибирская Группа (ранее «Омсквинпром»)					
«Московский завод «Кристалл»					
«Союз-Виктан»					
«Урожай» (производственная площадка ГК «Парламент»)					
«Алкогольные заводы «Гросс»					
«Веда»					
«Кристалл-Лефортово»					
Всего на топ-10					

Источник: Исследования компании «Бизнес Аналитика», 2008

В настоящее время безоговорочным лидером на российском рынке водки является группа компаний «Русский алкоголь» с основными брендами «Зеленая марка», «Журавли», «Маруся» и другие. Доля компании превышает совокупную долю двух следующих по доле Рынка игроков «Синергия» и «Винексим».

Среди основных семейств марок за рассматриваемый период в рейтингах также произошли некоторые изменения, однако лидеры рынка – «Зеленая марка» и «Путинка» – сохранили свои позиции. При этом следует отметить, что их отрыв от конкурентов по доле рынка возрастает: так, доля «Зеленой марки» по итогам 8 месяцев 2008 года более чем в ... раза выше доли «Пяти озер». Отдельного внимания заслуживают существенно улучшившие свои



позиции в рейтинге марки «Пять озер», поднявшаяся за год с седьмого на третье место, и «Славянская», переместившаяся за тот же период с восьмого на шестое место. Действительно, численная дистрибуция обеих этих марок выросла примерно в ... раза.



Рейтинг крупнейших семейств марок водки (итоги 8 месяцев 2008 года)

Марка	Производитель	Место по доле Рынка в стоимостном выражении	Ценовой сегмент
«Зеленая марка»			
«Путинка»			
«Пять озер»			
«Союз-Виктан природы»	гармония		
«Русский размер»			
«Славянская»			
«Парламент»			
«Хлебная дорога»			
Nemiroff			
«Богородская»			

Источник: Исследования компании «Бизнес Аналитика», 2008

Согласно информации последнего исследования компании IndexBox, «ТОР-100 российских производителей водки», лишь немногих участников рынка финансовая нестабильность застала врасплох. По данным экспертов, российский алкогольный рынок в целом можно охарактеризовать, как нестабильный и подверженный частым кризисным явлениям.

Среди основных проблем, вызванных финансово-экономическим кризисом, можно выделить следующие:

- Падение спроса на продукцию премиального сегмента;
- Сокращение объемов сбыта в целом;
- Сложности в работе с розницей.

Борьба с возникающими трудностями, каждый производитель предпочитает своими методами - кто-то объявляет специальные акции, стараясь увеличить объем закупок со стороны розничных продавцов, а кто-то использует прессинг по отношению к крупным дистрибуторам.



Описание профилей крупнейших игроков Рынка

ЗАО «ГК «Русский алкоголь»

<http://www.rusalco.com/>

О компании

ЗАО «Группа компаний «Русский Алкоголь» было создано в сентябре 2003 года. На сегодняшний день производственными предприятиями Группы являются следующие предприятия:

- Ликероводочный завод «Топаз» (Московская область);
- Ликероводочный завод «Сибирский ЛВЗ» (Новосибирская область);
- Ликероводочный завод «Первый Купажный Завод» (Тула);
- Ликероводочный завод «Ушба Дистиллери» (Тбилиси);
- Завод по производству слабоалкогольных коктейлей «Браво Премиум» (Санкт-Петербург).

Направления деятельности

- Крепкий алкоголь;
- Слабоалкогольные коктейли.

Ассортиментный портфель и портфель брендов в сегменте водки

- «Зеленая Марка»
 - Классическая
 - Ржаная
 - Кедровая
- «Журавли»
 - Классическая
- «Маруся»
 - Классическая
- «Чорний&Микола» (горилка)
 - С ароматом липы и одуванчика
- «Калинов Луг»
 - С ароматом натурального гречишного меда
 - Ржаная
- «Калинов Луг»
 - Классическая



Маркет Аналитика

- «Ямская»
 - Классическая



География деятельности

Производственные предприятия компании располагаются в Московской и Новосибирской областях, в Санкт-Петербурге и Туле, а также в Грузии. Продукция компании реализуется во всех регионах России.

Показатели деятельности

На сегодняшний день ЗАО «Группа компаний «Русский Алкоголь» - компания № 1 на российском рынке крепкого алкоголя:

- В 2008 году, по данным ФСГС, объем отгрузок компании «Русский Алкоголь» составил млн. дал водки, что на ...% больше по отношению к 2007 году.
- По данным компании отраслевых агентств по итогам 2008 года Группа компаний «Русский Алкоголь» занимает ...% российского рынка крепкого алкоголя.
- Доля компании на Рынке по итогам I полугодия 2009 года составила%.
- В «Русском Алкоголе» работает более 4000 человек.



Преимущества

- Первое место по объему производства и продаж водки в России;
- Значительная доля на рынке крепкого алкоголя;
- Широкая география деятельности.

Планы по развитию

- Развитие и повышение эффективности производства и реализации продукции;
- Увеличение рентабельности и доходности;
- Рост капитализации управляемых производственных активов – основные приоритеты в деятельности компании.

Рынку присуща крайне низкая степень консолидации. На середину 2008-го, в России действовало ... производителей. В рейтинге крупнейших российских производителей водки наиболее крупными являются: ГК «Русский Алкоголь», ГК «Синергия», Московский завод «Кристалл», Алкогольная Сибирская Группа, ГУП «Татспиртпром». Их совокупная доля по объемам производства составляет ... %, а по стоимости отгружаемой продукции – %.

В целом на Рынке наблюдается тенденция консолидации. По итогам I полугодия 2009 года крупнейшие 10 игроков занимают ...% Рынка. Рост их совокупной доли составил ...% по сравнению с I полугодием 2008 года, что на ... процентных пункта меньше, чем аналогичный показатель 2008 года.

Что касается, планов по развитию, то все игроки стремятся увеличить объем реализации своей продукции. «ГК «Русский алкоголь» предпринимает и будет предпринимать всевозможные меры по удержанию лидерства и росту своей доли на Рынке. В стратегических планах ООО «Винексим» развитие собственной розничной сети, а также создание и продвижение новых брендов. ОАО «Синергия» также начала развитие дистрибуторской сети, которая в последствие должна стать федеральной. ООО «Алкогольная сибирская группа» планирует укрепиться на рынке Сибирского



федерального округа и стать одним из региональных лидеров. В планах ГК «Союз-Виктан» увеличение присутствия на рынках разных стран.

Описание розничного сегмента

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

Водка, как и другая алкогольная продукция, реализуется через специализированные и неспециализированные (продуктовый ритейл), а также предприятия HoReCa/

Продуктовая и специализированная розница

Оборот продуктового ритейла по итогам 2008 года составил ... трлн. руб. Темпы роста в 2008 году составили ...%, что на восемь процентных пунктов меньше, чем в 2007 году.

Сетевой сегмент продуктового ритейла занимает менее ... % рынка. По данным «Ренессанс Капитал», в России спрос населения на современные форматы торговли пока удовлетворен лишь на ... %.

Сетевые розничные точки в сегменте торговли продуктами питания можно классифицировать также по ценовой политике и территориальному охвату сети.



В зависимости от ценовой политики продуктовые точки классифицируются следующим образом:

- Премиум-класс (пример сетевых магазинов: «Азбука Вкуса», «Седьмой континент: 5 звезд», «Глобус Гурмэ», «Калинка Стокманн»);
- Средний класс (пример сетевых магазинов: «Седьмой континент», «Алые паруса», «Перекресток», «Патэрсон»);
- Масс-маркеты (пример сетевых магазинов: Spar, Billa, «12 месяцев»);
- Нижний сегмент (пример сетевых магазинов: «Магнит», «Копейка», «Ашан»).

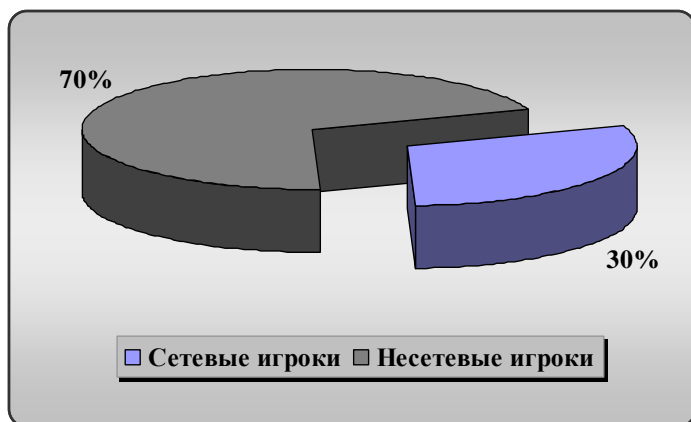
Предприятия общественного питания

Основными видами предприятий общественного питания принято считать: ресторан, бар, кафе, столовая закусочная и другие. Также в понятие общественного питания входят заведения (бары, кафе, рестораны), расположенные в таких местах проведения досуга, как кинотеатры, специализированные развлекательные центры и другие.

В структуре рынка общественного питания наибольшую долю занимают сетевые игроки.



Диаграмма 1. Структура рынка общественного питания



Источник: <http://www.rosinvest.com/>

Оборот общественного питания по итогам 2008 года составил 723 млрд. рублей. Темпы роста рынка составили около 32%, что почти соответствует уровню 2006 года и является довольно высоким показателем за последние 7 лет. Однако такие высокие темпы роста были обусловлены стремительным ростом цен на услуги предприятий общественного питания.



Перечень таблиц и диаграмм

- Диаграмма 2. Динамика ВВП за период 2002-2008 гг. в номинальных ценах, млрд. руб.
- Диаграмма 3. Уровень инфляции за период 2003-2008 гг.
- Диаграмма 4. Динамика среднемесячной номинально начисленной заработной платы, руб.
- Диаграмма 5. Динамика реальных располагаемых денежных доходов населения в 2008-2009 гг., % к соответствующим периодам 2007-2008 гг.
- Диаграмма 6. Динамика численности безработных за 2008-2009 гг., млн. чел.
- Диаграмма 7. Динамика оборота розничной торговли за период 2006-2009 гг., млрд. руб.
- Диаграмма 8. Динамика рынка алкогольной продукции в стоимостном выражении за период 2005-2008 гг., млрд. руб. (не включая слабоалкогольные напитки)
- Диаграмма 9. Динамика потребления алкогольных напитков за период 2005-2008 гг., литров на душу населения
- Диаграмма 10. Структура российского рынка алкогольной продукции по итогам I квартала 2009 года
- Диаграмма 11. Структура рынка водка по регионам в натуральном выражении по итогам 2008 года
- Диаграмма 12. Посевные площади всех сельскохозяйственных и зерновых культур за период 2000-2007 гг., тыс. га
- Диаграмма 13. Объем производства зерновых культур за период 2003-2007 гг., млн. тонн
- Диаграмма 14. Удельный вес посевных площадей под зерновыми культурами, в % ко всем категориям хозяйств
- Диаграмма 15. Урожайность зерновых культур в РФ за период 2000-2007 гг., ц/га
- Диаграмма 16. Структура рынка потребительской упаковки, в % от объема продаж
- Диаграмма 16. Структура Рынка по вкусам, %
- Диаграмма 17. Структура розничной цены на водочную продукцию
- Диаграмма 17. Структура Рынка по ценовым сегментам, %
- Диаграмма 18. Динамика средних потребительских цен на водку (выше обычного качества) за период 2003-2008 гг., рублей
- Диаграмма 20. Динамика средних потребительских цен на водку (выше повышенного качества) за период 2005-2008 гг.



Диаграмма 21. Динамика российского производства водки и ЛВИ за период 2000-2008 гг., млн. дал

Диаграмма 22. Динамика импорта крепких алкогольных напитков в натуральном выражении за период январь 2007 – май 2009 гг., литров

Диаграмма 23. Динамика экспорта российской водки в натуральном выражении, тыс. тонн

Диаграмма 24. Динамика экспорта российской водки в стоимостном выражении, \$ млн.

Диаграмма 25. Структура экспорта российской водки в динамике за период 2002-2008 гг.

Диаграмма 26. Территориальная структура Рынка в стоимостном выражении по итогам 2008 года, в % от объема Рынка

Диаграмма 27. Динамика Рынка в натуральном выражении за период 2000-2008 гг., млн. дал

Диаграмма 28. Динамика Рынка в стоимостном выражении за период 2005-2008 гг., млрд. рублей

Диаграмма 29. Доли игроков на рынке водки в стоимостном выражении по итогам I полугодия 2009 года

Диаграмма 30. Влияние финансово-экономического кризиса на производителей Рынка

Диаграмма 31. Показатели деятельности ОАО «Московский завод «Кристалл» в динамике за период 2001-2008 гг.

Диаграмма 32. Динамика продуктового ритейла за период 2006-2008 гг., трлн. руб.

Диаграмма 33. Структура продуктового ритейла по показателю оборота

Диаграмма 34. Структура рынка общественного питания

Диаграмма 35. Динамика рынка общественного питания за период с 2000-2008 гг. в стоимостном выражении, млрд. руб.

Диаграмма 36. Динамика рынка общественного питания за период январь-март с 2000-2009 гг. в стоимостном выражении, млрд. руб.

Диаграмма 37. Структура населения России по территориальному признаку

Диаграмма 38. Возрастной состав населения России, % от общей численности населения

Диаграмма 39. Динамика потребления водки и ликеро-водочных изделий

Таблица 1. Динамика импорта крепких алкогольных напитков в натуральном выражении за период январь 2007 – май 2009 гг., млн. литров

Таблица 2. Крупнейшие производители водки и ЛВИ в России

Таблица 3. Рейтинг 10 крупнейших производителей водки в 2008 году



Таблица 4. Рейтинг 10 крупнейших семейств марок водки (итоги 8 месяцев 2008 года)

Таблица 5. Сравнительная характеристика крупнейших игроков российского рынка водки

Таблица 6. Структура населения по величине среднедушевых денежных доходов

Таблица 7. PEST-анализ российского Рынка водки