



Рынок кофе

Менисенко Катерина

Куприянова Дария

Ливик Ольга

РММ 502

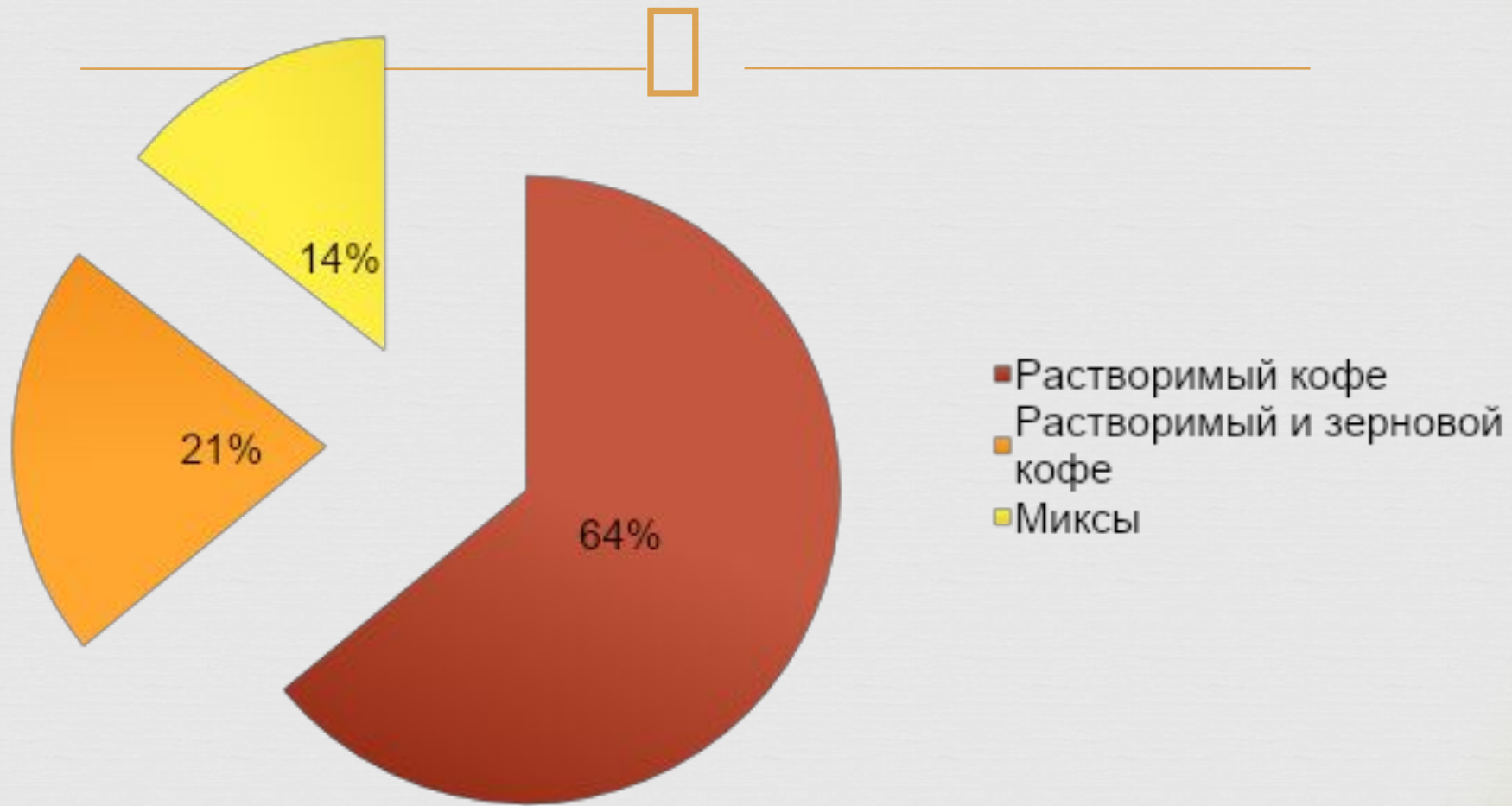
Объемы потребления кофе

Топ-10 стран по объемам потребления кофе на человека в сравнении с Украиной, кг в год



Источники: Госстат, Минагропрод, открытые данные

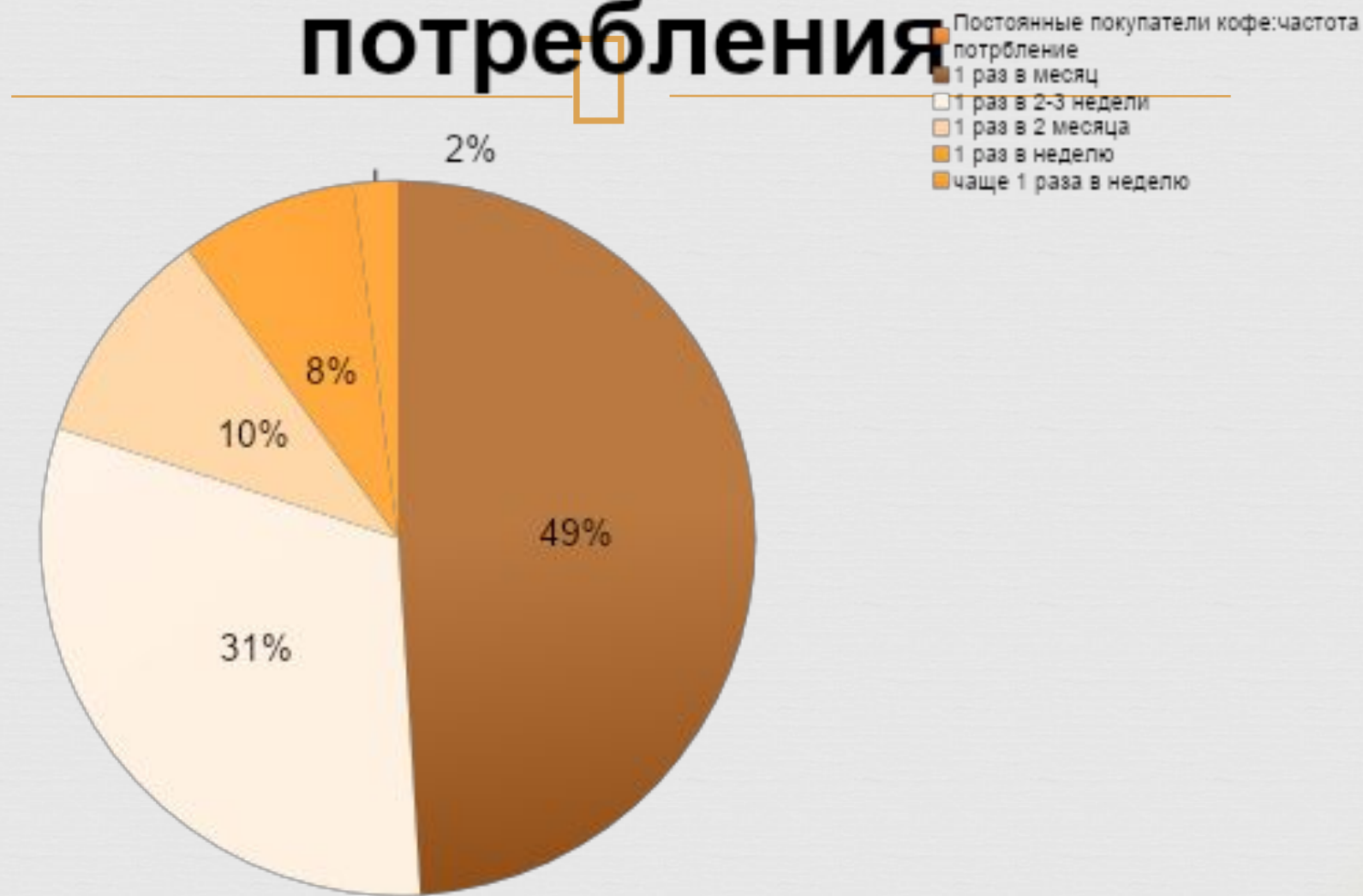
Общие предпочтения потребителей



Условия потребления кофе



Постоянные покупатели кофе: частота потребления



Критерии выбора продукции

вкус;

цена;

известность бренда и реклама;

страна-производитель;

дизайн упаковки;

объем упаковки;

акции и скидки в местах продаж;

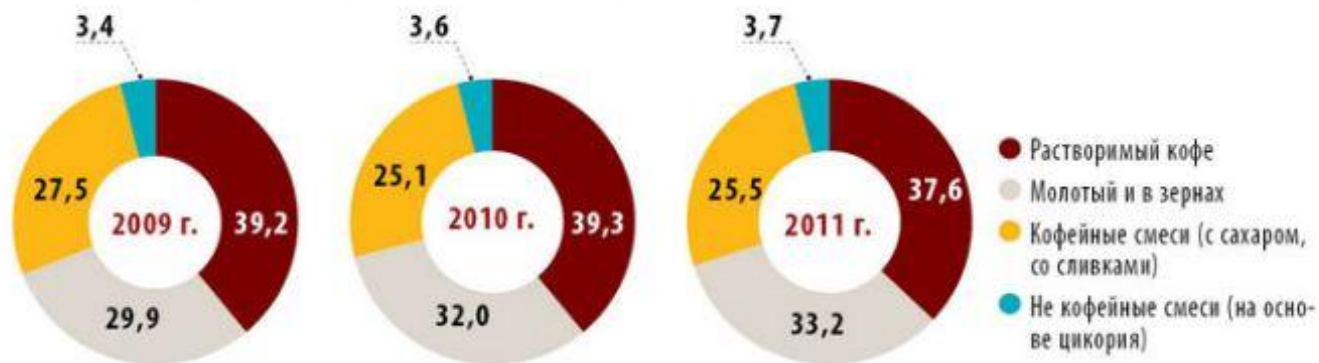
советы друзей и знакомых;

другое.

Структура реализации кофе в Украине

...носительная стоимость даже выше, чем у натурального.

Структура реализации кофе в Украине в январе — марте, %



По данным исследовательской компании ACNielsen Ukraine.

Уровень цен

В период с 2001 по 2015 год цена на качественные кофейные зерна выросла на 400%.

На стоимость сырья на рынке оказывают влияние:

закупочная цена сырьевых материалов (особенно это касается зернового и молотого кофе);

скачки цен на мировом рынке;

количество товара, который закупается;

уровень урожая и курс валюты.

Тенденции и сезонность рынка



Прогноз развития рынка

Повышение уровня
осведомленности

Обострение конкуренции между
брендами

Повышение цен на сырье

Наиболее популярными брендами являются (по сегментам):

растворимый кофе – Jacobs и Nescafe

зерновой и молотый кофе – Lavazza и Jacobs

кофейные напитки – MacCoffe, Jacobs, Nescafe



ONE MOMENT.
ONE NESCAFÉ.



ПРИГОСТИ ДРУГА КАВОЮ

JACOBS



ЗАПРОСИ ПОДРУГ
ОБГОВОРТИ ТРАВНЕВІ СВЯТА

JACOBS



ЗАПРОСІТЬ ПОДРУГУ НА КАВОВУ ПРОГУЛЯНКУ

JACOBS



MacCoffee

ОБИРАЙ
СВОЮ НА СМАК





LAVAZZA

TURIN, ITALY, 1895

THERE'S MORE TO TASTE



ТОВАРЫ-ЗАМЕНИТЕЛИ

Параметр оценки	Комментарии	Оценка параметра		
		3	2	1
Товары-заменители "цена-качество"	способные обеспечить тоже самое качество по более низким ценам	существуют и занимают высокую долю на рынке	существуют, но только вошли на рынок и их доля мала	не существуют
		3		
ИТОГОВЫЙ БАЛЛ		3		
1 балл		низкий уровень угрозы со стороны товаров-заменителей		
2 балла		средний уровень угрозы со стороны товаров-заменителей		
3 балла		высокий уровень угрозы со стороны товаров-заменителей		

Оценка уровня внутриотраслевой конкуренции

Параметр оценки	Комментарии	Оценка параметра		
		3	2	1
Количество игроков	Чем больше игроков на рынке, тем выше уровень конкуренции и риск потери доли рынка	Высокий уровень насыщения рынка	Средний уровень насыщения рынка (3-10)	Небольшое количество игроков (1-3)
		3		
Темп роста рынка	Чем ниже темп роста рынка, тем выше риск постоянного передела рынка	Стагнация или снижение объема рынка	Замедляющийся, но растущий	Высокий
		3		
Уровень дифференциации продукта на рынке	Чем ниже дифференциация продукта, чем выше стандартизация продукта - тем выше риск переключения потребителя между различными компаниями рынка	Компании продают стандартизованный товар	Товар на рынке стандартизован по ключевым свойствам, но отличается по дополнительным преимуществам	Продукты компаний значительно отличаются между собой
			3	
Ограничение в повышении цен	Чем меньше возможностей в повышении цен, тем выше риск потери прибыли при постоянном росте затрат	Жесткая ценовая конкуренция на рынке, отсутствуют возможности в повышении цен	Есть возможность к повышению цен только в рамках покрытия роста затрат	Всегда есть возможность к повышению цены для покрытия роста затрат и повышения прибыли
			3	

ИТОГОВЫЙ БАЛЛ

12

Оценка угрозы входа новых игроков

Параметр оценки	Оценка параметра		
	3	2	1
Экономия на масштабе при производстве товара или услуги	отсутствует	существует только у нескольких игроков рынка	значимая
		2	
Сильные марки с высоким уровнем знания и лояльности	отсутствуют крупные игроки	2-3 крупных игрока держат около 50% рынка	2-3 крупных игрока держат более 80% рынка
			3
Дифференциация продукта	низкий уровень разнообразия товара	существуют микро-ниши	все возможные ниши заняты игроками
			3
Уровень инвестиций и затрат для входа в отрасль	низкий (окупается за 1-3 месяца работы)	средний (окупается за 6-12 месяцев работы)	высокий (окупается более чем за 1 год работы)
			3
Доступ к каналам распределения	доступ к каналам распределения полностью открыт	доступ к каналам распределения требует умеренных инвестиций	доступ к каналам распределения ограничен
	3		
Политика правительства	нет ограничивающих актов со стороны государства	государство вмешивается в деятельность отрасли, но на низком уровне	государство полностью регламентирует отрасль и устанавливает ограничения
	3		
Готовность существующих игроков к снижению цен	игроки не пойдут на снижение цен	крупные игроки не пойдут на снижение цен	при любой попытке ввода более дешевого предложения существующие игроки снижают цены
			2
Темп роста отрасли	высокий и растущий	замедляющийся	стагнация или падение
		3	

Рыночная власть покупателя

Параметр оценки	Комментарии	Оценка параметра		
		3	2	1
Доля покупателей с большим объемом продаж	Если покупатели сконцентрированы и совершают закупки в больших масштабах, компания будет вынуждена постоянно идти им на уступки	более 80% продаж приходится на нескольких клиентов	Незначительная часть клиентов держит около 50% продаж	Объем продаж равномерно распределен между всеми клиентами
				2
Склонность к переключению на товары субституты	Чем ниже уникальность товара компании, тем выше вероятность того, что покупатель сможет найти альтернативу и не понести дополнительных рисков	товар компании не уникален, существуют полные аналоги	товар компании частично уникален, есть отличительные хар-ки, важные для клиентов	товар компании полностью уникален, аналогов нет
			2	
Чувствительность к цене	Чем выше чувствительность к цене, тем выше вероятность того, что покупатель купит товар по более низкой цене у конкурентов	покупатель всегда будет переключаться на товар с более низкой ценой	покупатель будет переключаться только при значимой разнице в цене	покупатель абсолютно не чувствителен к цене
		3		
Потребители не удовлетворены качеством существующего на рынке	Неудовлетворенность качеством порождает скрытый спрос, который может быть удовлетворен новым игроком рынка или конкурентом	неудовлетворенность ключевыми характеристиками товара	неудовлетворенность второстепенными характеристиками товара	полная удовлетворенность качеством
				3

ИТОГОВЫЙ БАЛЛ

10

Оцените угрозы для Вашего бизнеса со стороны поставщиков

Параметр оценки	Комментарии	Оценка параметра	
		2	1
Количество поставщиков	Чем меньше поставщиков, тем выше вероятность необоснованного повышения цен	Незначительное количество поставщиков или монополия	Широкий выбор поставщиков
			2
Ограниченность ресурсов поставщиков	Чем выше ограниченность объемов ресурсов поставщиков, тем выше вероятность роста цен	ограниченность в объемах	неограниченность в объемах
			1
Издержки переключения	Чем выше издержки переключения, тем выше угроза к росту цен	высокие издержки к переключению на других поставщиков	низкие издержки к переключению на других поставщиков
			2
Приоритетность направления для поставщика	Чем ниже приоритетность отрасли для поставщика, тем меньше внимания и усилий он в нее вкладывает, тем выше риск некачественной работы	низкая приоритетность отрасли для поставщика	высокая приоритетность отрасли для поставщика
			2

ИТОГОВЫЙ БАЛЛ

7

Тенденции в дизайне упаковки кофе



Пример использования узоров и принтов-штампов в упаковке кофе



Пример упаковки кофе выполненной в технике эссенциализма

