

# **АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ ПО МАРКЕТИНГОВОМУ ИССЛЕДОВАНИЮ**

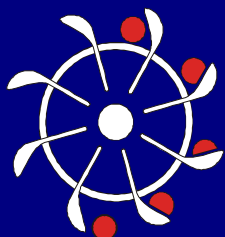
## **РОССИЙСКОГО РЫНКА ОВОЩНЫХ КОНСЕРВОВ**

### **ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ**

**Руководитель проекта:**  
**Рогачева О. В.**

**Дата выпуска отчета:**  
**март 2007 г.**

Данное исследование подготовлено MA Step by Step исключительно в информационных целях. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. MA 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. MA 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 MA Step by Step.



**STEP BY STEP  
МАРКЕТИНГОВОЕ  
АГЕНТСТВО**

**г. Москва**



## ОГЛАВЛЕНИЕ

ОГЛАВЛЕНИЕ.....	2
Аннотация .....	3
Цель и задачи исследования.....	3
Описание исследования.....	3
Полное содержание исследования .....	5
Список диаграмм .....	9
Список таблиц .....	11
Выдержки из исследования.....	12
Сегментация Продукции .....	Ошибка! Закладка не определена.
Сегментация по дополнительным конструктивным особенностям.....	Ошибка! Закладка не определена.
Закладка не определена.	
Счетчики горячей и холодной воды.....	Ошибка! Закладка не определена.
Емкость Рынка .....	Ошибка! Закладка не определена.
Темпы роста Рынка .....	Ошибка! Закладка не определена.



## АННОТАЦИЯ

### Цель и задачи исследования

Цель исследования: анализ текущей ситуации на рынке овощных консервов.

Задачи исследования:

- описать макроэкономическую конъюнктуру рынка;
- произвести сегментацию рынка, описать основные рыночные сегменты;
- определить емкость и объем рынка;
- изучить систему ценообразования на рынке;
- выявить инвестиционную привлекательность рынка;
- описать инфраструктуру рынка;
- кратко описать смежные рынки;
- выявить основные тенденции рынка;
- выявить и описать основных производителей;
- выявить ситуацию внешнеэкономической деятельности на рынке,
- провести конкурентный анализ игроков рынка;
- произвести сегментацию потребителей;
- рассмотреть основные характеристики потребителей.

### ОПИСАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

**Методы проведения исследования:** кабинетное исследование.

В отчете обновлены основные количественные показатели Рынка, выделены основные тенденции и **проанализирована таможенная база за 2006 год**. В исследование добавлен STEP-анализ факторов влияния на Рынок, и анализ рисков.

**Исследование представляет интерес для:**

Данный отчет будет представлять интерес для:

- Производителей на рынке овощных консервов
- Компаний-дистрибьюторов



- Розничных сетей на рынке
- Инвесторов на рынке

**Кол-во страниц:** 126 стр.

**Язык отчета:** русский

**Отчет содержит:** 26 диаграммы, 12 таблицы.



## **ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ**

### **Введение**

#### **Методологическая часть**

Объект и предмет исследования

Цели и задачи исследования

География исследования

Методология исследования.

Методы сбора данных

#### **Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок**

Описание отрасли

Описание влияющих Рынков

Описание смежных Рынков

Рынок замороженных овощей

Рынок свежих овощей

Рынок сушеных овощей

### **Резюме**

#### **Сегментация и структура рынка овощных консервов**

Сегментирование продукции по основным наименованиям

По виду консервации овощные консервы подразделяются на:

Сегментирование Продукции по типу потребления

Сегментирование Продукции по видам упаковки

Ценовое сегментирование Продукции

Основные тенденции различных сегментах Продукции

Тенденции в сегментах различных видов Продукции

Тенденции в сегментах упаковки

Тенденции в ценовых сегментах

### **Резюме**

#### **Основные количественные характеристики Рынка**

Объем и емкость рынка овощных консервов



Объем Рынка в натуральном и денежном выражении.

Темпы роста Рынка

Темп роста Рынка за последний 1-2 года

Влияние сезонности на Рынок

## **Резюме**

### **Сбытовая структура Рынка**

Цепочка движения товара

Краткое описание основных сегментов участников Рынка

Производители сырья

Производители Продукции

Дистрибьюторы продукции

Розничный сектор

Основные принципы ценообразования

## **Резюме**

### **Объемы российского производства, импорта и экспорта**

Импорт продукции

Объемы импорта

Основные страны-импортеры

Основные компании-импортеры

Основные виды импортируемой продукции

Российское производство

Объемы российского производства

Соотношение объемов импорта и российского производства

Основные тенденции в соотношении импорта и российского производства

Экспорт продукции

Объемы экспорта

Основные страны-экспортеры

Основные компании-экспортеры

Основные виды экспортируемой Продукции

Основные тенденции в структуре импорта-экспорта

## **Резюме**



## Конкурентный анализ

Конкуренция между крупнейшими производителями и поставщиками Продукции

Основные параметры конкуренции

Сравнительная характеристика крупнейших производителей по основным параметрам

Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями овощных консервов

Конкуренция между крупнейшими дистрибьюторами

Основные дистрибьюторы Рынка. Описание профилей крупнейших компаний

Сравнительная характеристика крупнейших дистрибьюторов и оптовых компаний по основным параметрам

Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими дистрибьюторами

Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора

Сегментация основных каналов розницы

Основные параметры конкуренции

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:

B2B рынки:

Структура потребления Продукции или Услуги по видам и брендам Продукции или Услуг

Степень активности в потреблении Продукции или Услуги. Количество Продукции потребляемого одним потребителем за единицу времени

Структура осведомленности потребителей о марках овощных консервов

Потребительские предпочтения по: видам, маркам Продукции или Услуги

Потребительские мотивации и поведение при покупке Продукции или Услуги



Медиа-предпочтения потребителей

Основные тенденции в потребительском сегменте

## **Резюме**

### **Обобщающие выводы и рекомендации**

Факторы, благоприятствующие развитию Рынка

Сдерживающие факторы Рынка/Анализ рисков

Инвестиционная привлекательность/пустующие ниши на Рынке

Общие тенденции Рынка

Тенденции в ассортименте Продукции

Тенденции в ценовых сегментах

Тенденции по основным количественным показателям Рынка

Тенденции в потребительском сегменте

### **Общие выводы по отчету**



## СПИСОК ДИАГРАММ

- Диаграмма 1. Среднедушевые доходы населения
- Диаграмма 2. Структура рынка плодовоовощных консервов по типу консервированной продукции в натуральном выражении, %
- Диаграмма 3. Динамика объема российского рынка замороженных полуфабрикатов из овощей, грибов, ягод в 2000-2007гг., тыс.тонн
- Диаграмма 4. Динамика объема российского рынка замороженных овощей в 2004-2007 гг., тыс. тонн
- Диаграмма 5. Популярность замороженных продуктов по видам, % от числа респондентов
- Диаграмма 6. Потребление замороженных овощей по маркам, % от числа респондентов
- Диаграмма 7. Рейтинг потребления овощей , % респондентов
- Диаграмма 8. Структура рынка овощных консервов, в %
- Диаграмма 9. Популярность натуральных консервов по видам, в %
- Диаграмма 10. Доля различных видов маринованной продукции, в %
- Диаграмма 11. Распределение объемов производства овощных консервов по федеральным округам 2003, в %
- Диаграмма 12. Импорт овощных консервов за 2000-2006 гг., тыс. тонн
- Диаграмма 13. Доли основных стран-импортеров в общей структуре импорта в натуральном выражении в 2006г.
- Диаграмма 14. Доли основных стран-импортеров в общей структуре импорта в стоимостном выражении в 2006г.
- Диаграмма 15. Структура импорта овощных консервов в 2006г. в натуральном выражении
- Диаграмма 16. Структура импорта овощных консервов в 2006г. в стоимостном выражении
- Диаграмма 17. Динамика производства овощных консервов в РФ за 1990-2004г, млн. усл. банок
- Диаграмма 18. Доли основных стран-экспортеров овощных консервов в 2006 г., в натуральном выражении
- Диаграмма 19. Доли основных стран-экспортеров овощных консервов в 2006 г., в стоимостном выражении



Диаграмма 20. Доли основных компаний-экспортеров овощных консервов в 2006 г., в натуральном выражении

Диаграмма 21. Доли основных компаний-экспортеров овощных консервов в 2006 г., в стоимостном выражении

Диаграмма 22. Доли основных видов экспортируемой Продукции в 2006г. в натуральном выражении

Диаграмма 23. Удельный вес выпускаемой продукции к общему объему в %

Диаграмма 24. Причины отказа от потребления консервированной продукции, % респондентов

Диаграмма 25. Покупка консервированных овощей различных марок в I полугодии 2006г., в %

Диаграмма 26. Динамика потребления овощных консервов в 2003-2005гг., в % населения



## СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. Распределение импорта продуктов переработки овощей, фруктов и других частей растений по кодам ТН ВЭД

Таблица 2. Основные страны-импортеры овощных консервов в 2006г.

Таблица 3. Основные компании-импортеры в 2006г.

Таблица 4. Основные виды импортируемой продукции в 2006г.

Таблица 5. Распределение экспорта продуктов переработки овощей, фруктов и других частей растений по кодам ТН ВЭД

Таблица 6. Основные страны-экспортеры овощных консервов в 2006г.

Таблица 7. Структура экспорта овощных консервов в 2006г.

Таблица 8. Сравнительная характеристика крупнейших производителей по основным параметрам Добавить сюда скопированные компании Бондюэль и т.п.

Таблица 9. Сравнительная характеристика крупнейших дистрибьюторов по основным параметрам

Таблица 10. Основные игроки рынка

Таблица 11. STEP-анализ факторов влияния

Таблица 12. Анализ рисков



## ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

### Сегментирование продукции по основным наименованиям

По виду консервации овощные консервы подразделяются на:

- ✓ Соленые
- ✓ Маринованные
- ✓ Квашенные

### Сегментирование Продукции по типу потребления

По типу потребления овощные консервы делятся на:

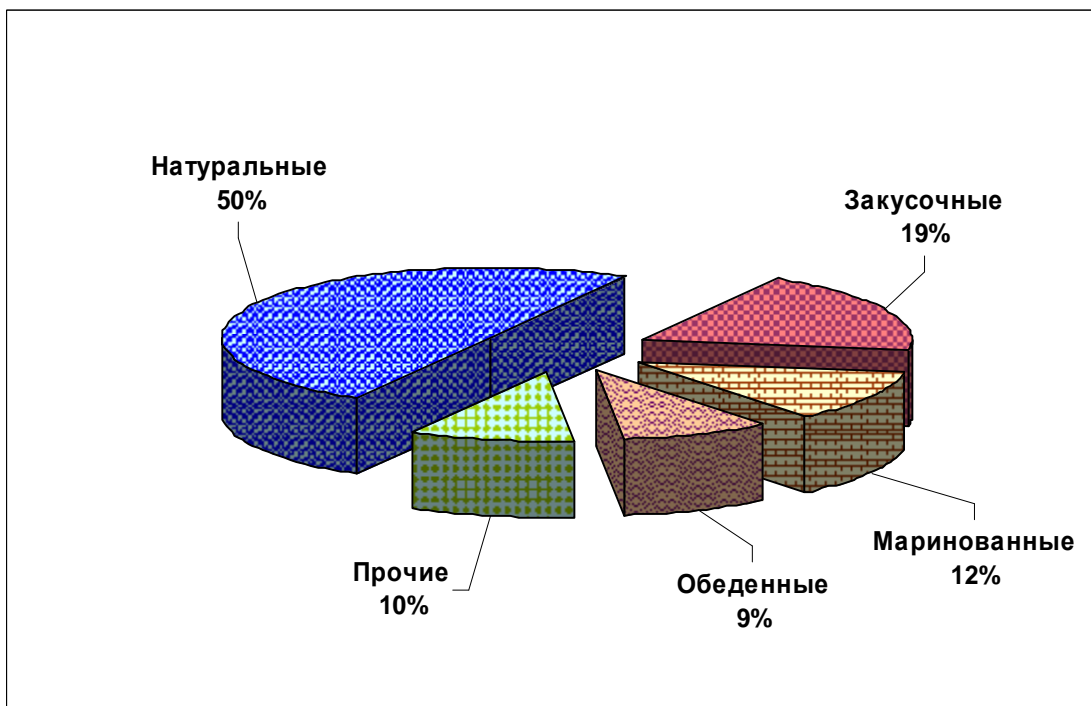
- 1) Натуральные
  - § Зеленый горошек
  - § Кукуруза
  - § Фасоль
  - § Томаты натуральные цельноконсервированные
  - § Огурцы консервированные
  - § Патиссоны консервированные
  - § Кабачки консервированные
  - § Перец сладкий натуральный и т.п.
- 2) консервы закусочные:
  - § Овощи фаршированные в томатном соусе
  - § Овощи резанные в томатном соусе
  - § Овощи резанные в фруктовом или овоще-фруктовом соусе
- 3) консервы обеденные
  - § первые и вторые блюда из овощей с мясом и без него
- 4) консервы маринованные
  - § овощи в маринаде с содержанием уксуса или уксусной кислоты
- 5) прочие овощные консервы



§ Консервы для детского питания

§ Диетического питания и т.д.

## ДИАГРАММА 1. СТРУКТУРА РЫНКА ОВОЩНЫХ КОНСЕРВОВ, В %



Источник: департамент продовольственных ресурсов города Москвы

## Влияние сезонности на Рынок

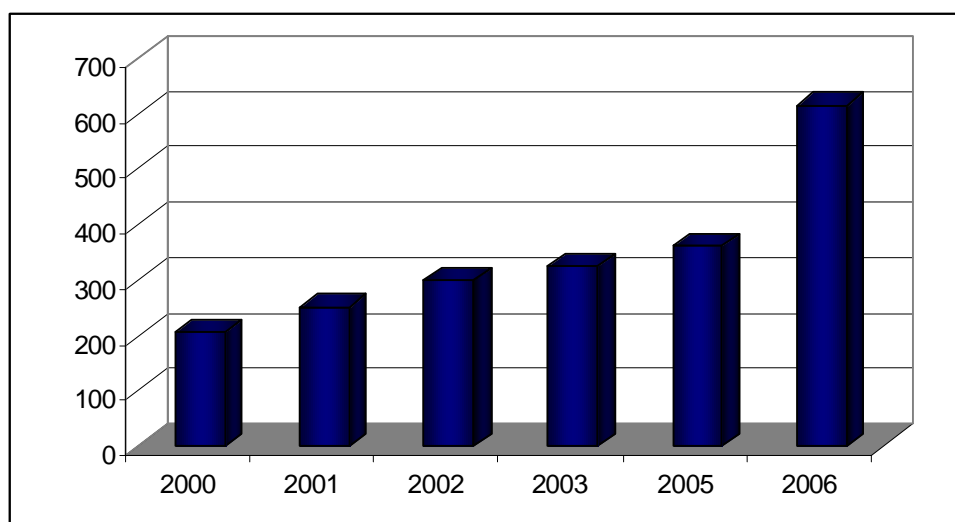
Для рынка овощной консервации характерна сезонность. **Наиболее активные месяцы продаж** овощных консервов – это зимние. Пик потребления овощных консервов приходится на декабрь-февраль, а в новогодние праздники уровень продаж может увеличиваться до 10 раз по сравнению с осенне-летними периодами. Падение продаж в осенне-летние периоды оцениваются по-разному. По данным «КОМКОН-Медиа», падение продаж в летние периоды составляет от 7 до 10%. Согласно специалистам холдинга «ПомидорПром» в период «мертвого сезона» - осенне-летнего – падение продаж может достигать 50-60%. Однако, коммерческий директор компании «От души Трейд» Ирина Круговая отмечает, что *«в летний период немного возрастают продажи тех видов овощных консервов, которые люди традиционно берут с собой на дачу, в походы и т.п.»*. (Источник: Информационный портал «Новости и технологии торговли»)



## ОБЪЕМЫ ИМПОРТА

По соотношению долей занимаемых отечественными и зарубежными производителями на рынке овощных консервов приводятся достаточно противоречивы данные: по мнению некоторых экспертов доля импортных марок составляет 80% данного рынка, а по данным Госкомстата России их доля не превышает 37%. (*Источник: Русский гастроном*). По данным Государственного Таможенного Комитета РФ в течение 2006 года в Россию было импортировано 614,6 тыс. тонн овощных консервов на сумму порядка 340 млн. долларов.

**ДИАГРАММА 2. ИМПОРТ ОВОЩНЫХ КОНСЕРВОВ ЗА 2000-2006 ГГ., ТЫС. ТОНН**



*Источник: Таможенный Комитет РФ*

По данным сайта внешней торговли России, на российском рынке существует 806 компании, занимающихся импортом продуктов переработки овощей, плодов и т.п.

**Крупнейшими поставщиками** овощных консервов России в натуральном выражении являются Китай, Венгрия и Индия. На их долю в 2006 году пришлось более 40% всего импорта овощных консервов. На долю Китая приходится порядка 15% всех ввозимых овощных консервов. Следом за ней идут венгерские поставщики.

Отсутствие среди лидеров французских поставщиков в 2006 году можно объяснить тем, что компания «Бондюэль» построила и полностью запустила свой завод в России.



### ОБЪЕМЫ РОССИЙСКОГО ПРОИЗВОДСТВА

Если посмотреть на динамику производства овощных консервов в России за несколько последних десятилетий, то можно отметить, что спад производства начался еще в 1980-е годы. Наиболее резкое снижение производства наблюдается в середине 1990-х годов. А в 1996 году объем выпуска овощных консервов составил лишь порядка 1/5 от показателя 1980 года. Некоторое улучшение ситуации наблюдается лишь в конце 1990-х годов и затем наблюдается рост производства овощных консервов вплоть до 2004 года. В 2004 же году опять наблюдается спад производства, хоть и не большой, 484 млн. усл. банок в сравнении с 508 млн. усл. банок в 2003 году. Однако в 2005 году данная тенденция не сохранилась и выпуск продукции достиг уже 560 млн. усл. банок.

*(Система ММЦ)*





**Маркетинговое Агентство Step by Step** - агентство полного цикла. Мы работаем по таким **направлениям** как:

- Маркетинговое и управленческое консультирование
- Маркетинговые исследования
- Мерчендайзинг
- Франчайзинг
- Социологические исследования
- Услуги call центра
- Разработка новых коммерческих проектов
- Оказание услуг по аутсорсингу организации корпоративных мероприятий
- Организация и сопровождение представления компаний в Интернет

Для обеспечения качественного и быстрого сбора количественной информации, в структуру нашего агентства интегрировано подразделение **Call center**. Благодаря этому, мы предлагаем:

- Услуги «Бесплатный вызов» из регионов (8-800)
- Актуализация и формирование баз данных.
- Исходящий и входящий телемаркетинг
- Интервьюирование потребителей
- Оценку эффективности рекламы
- Информационную поддержку рекламных и PR-акций
- Маркетинговое Агентство Step by Step предлагает своим Заказчикам услуги по разработке бизнес-планов, по проведению экспертизы уже существующих бизнес-планов у сертифицированных специалистов и лидеров рынка
- Наши специалисты помогут вам в кратчайшие сроки ввести на предприятии систему бизнес-планирования, подготовят необходимые документы и обоснования, проведут специализированные тренинги, минимизируют издержки



**Наши ключевые клиенты:** ОАО "Связьинвест", РАО "ЕЭС РФ", "АйТи", "ТелекомКомплектСервис", "Связькомплект", "Информационная индустрия", "Future Telecom", "Элвис-Телеком", Холдинг "Еврохим", Производственная группа "Uniservis", Компания "Русский бисквит", объединение "Полипласт", игровая сеть "Джек-пот", сеть магазинов "Фамилия", ТД "Снежная королева", кофейни "Мокко", ЗАО RENOVA, группа компаний РБК, группа компаний ТЕКОН, HITACHI Ltd, ООО «Рассказовские меха», ООО «Северные технологии», Институт социально-экономического развития ЦФО (ИНСЭР ЦФО), Макслевел, Honewell, Colan, Медиалог, Алькотрейдинг, ассоциации экспортеров Бразилии (APEX), ЗАО «Детский мир», АРТ-Билдинг и многие другие.