

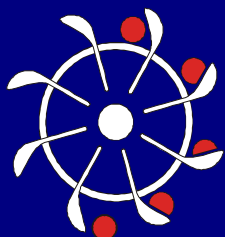
**АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ
ПО МАРКЕТИНГОВОМУ
ИССЛЕДОВАНИЮ**

РЫНКА МЯСНЫХ ДЕЛИКАТЕСОВ

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

**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	8
Список таблиц	9
Выдержки из исследования.....	10
Факторы, благоприятствующие развитию Рынка.....	10
Сдерживающие факторы Рынка	12
Тенденции Рынка	13
Тенденции в ценовых сегментах	13
Тенденции в потребительском сегменте	13

АННОТАЦИЯ

Цель и задачи исследования

Цель исследования: анализ российского рынка мясных деликатесов.

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 производителей мясных деликатесов;
- произвести сегментацию потребителей;
- рассмотреть основные характеристики потребителей.

ОПИСАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Методы проведения исследования:

Кабинетное исследование.

В отчете приведено подробное исследование рынка мясных деликатесов в России. Изучен уровень конкуренции на рынке, а также рассмотрен вопрос об инвестиционной привлекательности. Рассмотрены данные по импорту и экспорту продукции. Проведен конкурентный анализ крупнейших производителей, основных дистрибьюторов, а также представителей наиболее крупных розничных сетевых игроков. Рассмотрены прогнозы дальнейшего развития рынка.



Кол-во страниц: 91

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 20 диаграммы, 11 таблиц.

ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Введение
Методологическая часть
Описание типа исследования
Объект исследования
Цели и задачи исследования
География исследования
Время проведения исследования
Методы сбора данных
Целевая аудитория
Макроэкономические факторы, влияющие на рынок
Законодательство, лицензирование и требования контролирующих органов
Описание отрасли
Описание влияющих рынков
Краткое описание рынка мясосырья
Сегментация и структура рынка по основным видам продукции
Сегментирование продукции по основным наименованиям
Классификация по виду мяса
Классификация по технологии производства
Классификация по форме реализации в розничной торговле
Классификация по типу упаковки:
Классификация копченостей
Сегментация мясных деликатесов по ценовому сегменту
Тенденции различных сегментах продукции
Тенденции в ценовых сегментах
Основные количественные характеристики рынка
Объем и емкость рынка
Темпы роста рынка
Влияние сезонности на рынок
Сбытовая структура рынка
Цепочка движения товара
Краткое описание основных сегментов участников рынка
Производители сырья

Дистрибьюторы продукции
Розничный сектор
Основные принципы ценообразования
Объемы российского производства, импорта и экспорта
Импорт продукции
Объемы импорта
Основные страны-импортеры
Основные компании-импортеры
Российское производство
Основные российские компании-производители
Экспорт продукции
Объемы экспорта
Основные страны-экспортеры
Основные компании-экспортеры
Соотношение экспорта и импорта
Конкурентный анализ
Конкуренция между крупнейшими производителями и поставщиками продукции
Основные параметры конкуренции
Основные производители рынка. Описание профилей крупнейших компаний
Сравнительная характеристика крупнейших производителей по основным параметрам
Стратегии продвижения товаров производителями
Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями продукции
Конкуренция между крупнейшими сетевыми продуктовыми розничными сетями
Основные параметры конкуренции
Описание профилей крупнейших компаний
Рyaterochka holding n.v. (торговая сеть «пятерочка», «карусель»)
ТД «Перекресток» (торговая сеть «перекресток»)
ОАО «ТД Копейка» (торговая сеть «копейка»)
ЗАО «Тандер» (торговая сеть «магнит»)
ОАО «Седьмой континент» (торговая сеть «седьмой континент»)
ООО «Рамэнка» (торговая сеть «Рамстор»)
ООО «Омега-97» (торговая сеть «Патэрсон»)

ЗАО «Мосмарт» (торговая сеть «Мосмарт»)

ГК «Виктория» (торговая сеть «Виктория», «Квартал», «Дешево»)

Холдинг Марта (торговая сеть «Billa», «Гроссмарт»)

ЗАО «Юнилэнд холдинг» (торговая сеть «Дикси», «Мегамарт»)

Metro Group (торговая сеть «Metro cash&carry», «Real»)

ООО «Лента» (торговая сеть «Лента»)

ООО «Ашан» (торговая сеть «Ашан»)

Сравнительная характеристика крупнейших сетевых розничных компаний по основным описательным параметрам

Анализ потребителей

Сегментация потребителей с описанием и количественной оценкой сегментов

B2c рынок

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 и поставщиках продукции или услуг

Потребительские предпочтения по: видам, маркам продукции или услуги

Потребительские мотивации и поведение при покупке продукции или услуги

Медиа-предпочтения потребителей (отношение к источникам и формам рекламы продукции или услуги)

Обобщающие выводы и рекомендации

Факторы, благоприятствующие развитию рынка

Сдерживающие факторы рынка

Тенденции рынка

Тенденции в ценовых сегментах

Тенденции в потребительском сегменте

Общие выводы по отчету

СПИСОК ДИАГРАММ

- Диаграмма 1. Среднедушевые доходы населения
- Диаграмма 2. Структура рынка мясной гастрономии
- Диаграмма 3. Структура потребления по виду мяса
- Диаграмма 4. Ценовые сегменты рынка мясных деликатесов
- Диаграмма 5. Структура продаж по каналам дистрибуции
- Диаграмма 6. Основные страны-импортеры, объем в натуральном выражении
- Диаграмма 7. Основные страны-импортеры, объем в стоимостном выражении
- Диаграмма 8. Основные компании-импортеры, объем в натуральном выражении
- Диаграмма 9. Основные компании-импортеры, объем в стоимостном выражении
- Диаграмма 10. Основные страны-экспортеры, объем в натуральном выражении
- Диаграмма 11. Основные страны-экспортеры, объем в стоимостном выражении
- Диаграмма 12. Основные компании-экспортеры, объем в натуральном выражении
- Диаграмма 13. Основные компании-экспортеры, объем в стоимостном выражении
- Диаграмма 14. Доли мясокомбинатов
- Диаграмма 15. Основные потребители мясных деликатесов
- Диаграмма 16. Характеристики поставщика
- Диаграмма 17. Частота покупок мясных деликатесов в розничной торговле, % от числа покупателей
- Диаграмма 18. Узнаваемость марок
- Диаграмма 19. Предпочтения потребителя по упаковке
- Диаграмма 20. Места совершения покупок

СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. Численность скота в хозяйствах всех категорий, млн. голов

Таблица 2. Производство скота и птицы, 1 полугодие 2005-2006гг., тыс. тонн

Таблица 3. Индексы цен на мясо и мясные продукты в июне 2005 и 2006 гг. (в % к декабрю предыдущего года)

Таблица 4. Основные страны-импортеры

Таблица 5. Основные компании-импортеры продукции

Таблица 6. Суммарная доля по стоимости крупнейших производителей в мясной гастрономии

Таблица 7. Основные страны-экспортеры

Таблица 8. Основные компании-экспортеры

Таблица 9. Сравнительная характеристика крупнейших производителей по основным параметрам

Таблица 10. Потребители мясной продукции

Таблица 11. Основные игроки рынка

ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

ОПИСАНИЕ ОТРАСЛИ

Рынок мясных продуктов является одним из крупнейших рынков продовольственных товаров. Рынок мясных деликатесов является частью рынка мясных продуктов. Мясные деликатесы пока не относятся к продуктам массового потребления. До недавнего времени населению были известны только четыре разновидности этой категории: ветчина, буженина, шейка и карбонад, да и те относились к разряду остродефицитных.

Сейчас ситуация изменилась, и почти в любом гастрономе приблизительно треть прилавка мясного отдела занимают различные виды мясных деликатесов. Их сегодняшнее ограниченное потребление связано не столько с высокой ценой, сколько со сложившимися стереотипами покупательского поведения - среднестатистический покупатель предпочтет «мясному ореху» или «говядине по-цыгански» привычную и давно знакомую колбасу.

Более половины – 57% – столичного рынка мясной гастрономии в денежном выражении приходится на различные виды колбас. Из них 27,1%, т.е. наибольшую долю, занимают вареные колбасы, которые с точки зрения цены можно отнести к самой доступной для массового покупателя категории. Кроме того, из всех видов колбас вареные представлены в самом широком ассортименте – москвичи могут выбирать из более, чем тысячи наименований.

ОПИСАНИЕ ВЛИЯЮЩИХ РЫНКОВ

Среди основных рынков, оказывающих непосредственное влияние на рассматриваемый Рынок, является рынок сырья, а именно рынок мяса.

КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ РЫНКА МЯСОСЫРЬЯ

Рынок мяса и мясопродуктов - один из основных секторов продовольственного рынка. Несомненно, развитие рынка мяса, как мирового, так и отечественного,



является самым важным фактором, который оказывает влияние не только на цену конечного изделия, но и ассортимент продукции.

С начала 21-го века, с ростом доходов населения, общая физическая емкость мясного рынка стала расти. Однако, начиная с 2003 г. прирост отечественного мяса сырья замедлился, т.к. рост отечественного производства мяса не покрывал сокращение импорта и, в частности, мяса птицы и свинины. Начиная с 2002 г. на общую емкость потребления влияет такой показатель, как численность населения.

По данным Росстата, в 2005 г. объем производства мяса и мясопродуктов составил около 5 млн. тонн. Однако общий объем рынка мяса и мясопродуктов оценивается порядка 8 млн. тонн в год.

В последние пять лет сырьевая база выработки мяса говядины сокращается: к 1 февраля 2007г. поголовье крупного рогатого скота в хозяйствах всех сельхозпроизводителей, составило 21,2 млн.голов (на 0,8% меньше по сравнению с аналогичной датой предыдущего года), из него коров - 9,3 млн. (на 1,6% меньше), свиней - 15,4 млн. (на 14,4% больше), овец и коз - 19,0 млн.голов (на 6,5% больше).

В структуре поголовья скота на хозяйства населения приходилось 44,9% поголовья крупного рогатого скота, 40,4% свиней, 52,8% овец и коз (к началу февраля 2006г. - соответственно 43,9%, 41,5% и 52,6%). *(Источник: по данным Госкомстата)*

ФАКТОРЫ, БЛАГОПРИЯТСТВУЮЩИЕ РАЗВИТИЮ РЫНКА

Среди факторов, благоприятствующих развитию рынка можно отметить

- Стабилизация экономики в стране, что дает ощущение стабильности в жизни;
- Рост благосостояния населения, что ведет к росту спроса на более качественную и дорогую продукцию, в частности мясные деликатесы.

Улучшение благосостояния и стабилизация ситуации в стране ведет к тому, что люди начинают обращать больше внимания на себя и свое питание, появляется культура потребления мясных деликатесов. Со временем мясные деликатесы начинают входить в постоянный дневной рацион россиян.

СДЕРЖИВАЮЩИЕ ФАКТОРЫ РЫНКА

1. Ускорение темпов роста потребительских цен на мясо:
 - a. С повышением цен на сырье почти вдвое, рентабельность мясокомбинатов, работающих не на собственном сырье, упала до очень низких показателей;
 - b. С ростом цен на сырье, проблемами с сырьем и из-за увеличивающейся конкуренции начали разоряться и мелкие производители колбасных изделий;
 - c. Снижением импорта, приведшее к нехватке мясного сырья на мясоперерабатывающих предприятиях.
 - d. Опережающий рост себестоимости мясной продукции в результате удорожания как отечественного, так и импортного сырья, по сравнению с ценами реализации продукции, привел к снижению уровня рентабельности мясной промышленности.
 - e. Замедление темпов роста собственного производства при снижении импортных поставок привело к сокращению ресурсов мяса.
2. Некоторое снижение спроса на позиции мясных деликатесов:
 - значительно усилилась конкуренция со стороны «продуктов-заменителей» (куриных окорочков; дешевых заменителей колбасой и другое)



Таким образом, можно сказать, что в данный момент существует две основные проблемы, оказывающие влияние на развитие мясной отрасли. Это, во-первых, проблема с мясным сырьем: сокращение поголовья КРС (крупного рогатого скота). Птицеводы добились некоторого прогресса в этой области, а вот производство свинины пока не растет, но закладывается основа к его увеличению. Так как в структуре потребления говядина занимает около 40%, эта проблема (недостаток сырья) обязательно скажется на вкусах потребителей. Во-вторых, это проблема с основным потребителем - розничными сетями, которые зачастую соблюдают только свои бизнес-интересы, а не интересы производителя. Государство пока только делает попытки регулировать квоты для мясоперерабатывающих предприятий.

ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА

ТЕНДЕНЦИИ В ЦЕНОВЫХ СЕКМЕНТАХ

Наибольшую динамику развития будут показывать средний и верхний ценовые сегменты рынка. Это во многом обусловлено тем, что «инвестиции» населения будут направлены не только на рост потребления, но и значительной частью на повышение качества потребления.

ТЕНДЕНЦИИ В ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ СЕКМЕНТЕ

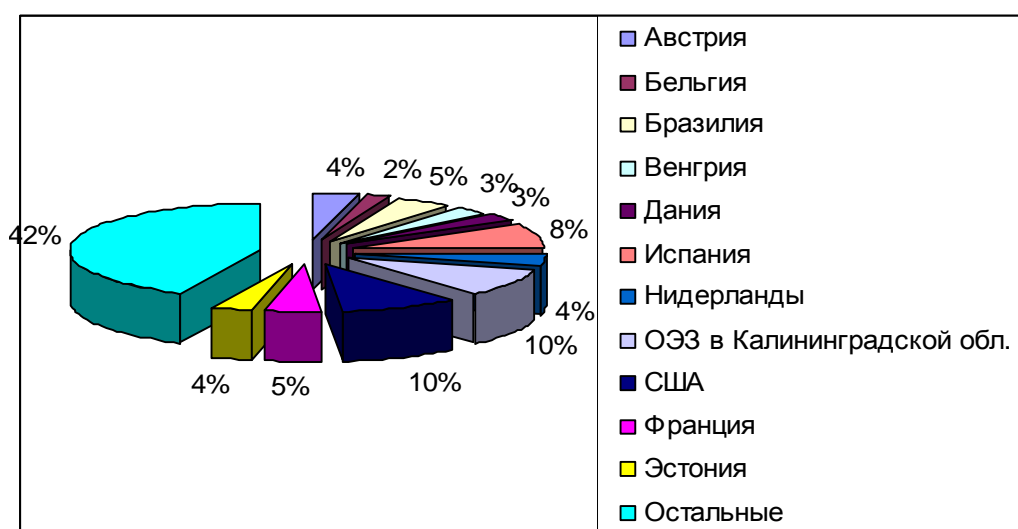
Как говорят эксперты, самые заметные тенденции мясного рынка касаются изменений в структуре потребления.

Доля колбасных изделий постепенно снижается, происходит переориентация рынка на более дешевые сорта колбас и другие мясопродукты. Если традиционно Россия считалась "страной мясоедов", в первую очередь свинины, то сейчас резко возросло потребление других источников белка - курицы, рыбы, полуфабрикатов. Объясняется это все той же ситуацией на рынке: цена на мясо - от 130 рублей за кг, а птицы - от 55 рублей за кг.

В качестве общей тенденции рынка можно отметить переход потребителя на более качественные продукты.

Основными странами-импортерами по объемам ввозимой продукции являются ОЭЗ в Калининградской области и США, на долю каждой из которых приходится около 10% всего импорта.

ДИАГРАММА 1. ОСНОВНЫЕ СТРАНЫ-ИМПОРТЕРЫ, ОБЪЕМ В НАТУРАЛЬНОМ ВЫРАЖЕНИИ



Источник: Таможенная база, 2006 г.

Лидером по объему импорта в стоимостном выражении является Испания. На долю которой приходится порядка 20% всей ввозимой в Россию продукции.



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**, которое решает следующие задачи:

- Реализует услугу «Бесплатный вызов» из регионов (8-800)
- Позволяет актуализировать и формировать базы данных.
- Осуществляет исходящий и входящий телемаркетинг, поддержку рекламных и PR акций
- Проводит интервьюирование потребителей
- Оценивает эффективность рекламы

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.