

РОССИЙСКИЙ РЫНОК ГРИБОВ ВЫПУСК 2

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

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.

**Дата выпуска отчета:
Июль 2010 г.**

г. Москва

STEP BY STEP



Содержание	
Аннотация.....	5
Полное содержание исследования.....	6
<i>Список диаграмм.....</i>	<i>8</i>
<i>Список таблиц.....</i>	<i>9</i>
<i>Список схем.....</i>	<i>10</i>
Выдержки из исследования.....	11
Описание отрасли.....	12
<i>Пищевая промышленность России.....</i>	<i>12</i>
Объем рынка пищевой промышленности.....	12
Темпы роста рынка пищевой промышленности.....	13
Тенденции рынка пищевой промышленности.....	13
<i>Описание влияющих Рынков. Рынок замороженных и консервированных овощей.....</i>	<i>13</i>
Объем и темпы роста рынка замороженных и консервированных овощей.....	13
Сегментация рынка замороженных и консервированных овощей.....	13
Тенденции рынка замороженных и консервированных овощей.....	14
<i>Описание смежных рынков. рынок мяса.....</i>	<i>14</i>
Объем рынка мяса.....	14
Емкость рынка мяса.....	15
Темпы роста рынка мяса.....	16
Тенденции рынка мяса.....	16
Сегментация рынка.....	17
<i>Определение продукции.....</i>	<i>17</i>
<i>Сегментирование продукции по основным наименованиям.....</i>	<i>17</i>
<i>Сегментирование Продукции по технологии производства или потребления.....</i>	<i>18</i>
Виды переработки грибов.....	18
<i>Сегментирование Продукции по видам упаковки.....</i>	<i>18</i>
<i>Ценовое сегментирование Продукции.....</i>	<i>18</i>

<i>Тенденции различных сегментах Продукции</i>	<i>19</i>
Тенденции в сегментах различных видов Продукции	19
Тенденции в технологических сегментах	19
Тенденции в сегментах упаковки	19
Тенденции в ценовых сегментах	19
Основные количественные характеристики Рынка	20
<i>Объем и емкость Рынка</i>	<i>20</i>
<i>Темпы роста Рынка</i>	<i>20</i>
<i>Влияние сезонности на Рынок</i>	<i>21</i>
<i>Тенденции развития Рынка</i>	<i>21</i>
Сбытовая структура Рынка	22
<i>Цепочка движения товара</i>	<i>22</i>
<i>Краткое описание основных сегментов участников Рынка</i>	<i>22</i>
Производители Продукции	22
Розничный сектор	22
<i>Основные принципы ценообразования</i>	<i>23</i>
Объемы импорта и экспорта	24
<i>Общие показатели импорта и экспорта на рынке</i>	<i>24</i>
Импорт	25
Экспорт	26
Соотношение импорта и экспорта	27
Конкурентный анализ	28
<i>Основные параметры конкуренции</i>	<i>28</i>
<i>Основные производители. Описание профилей крупнейших компаний</i>	<i>28</i>
Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями	29
<i>Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора</i>	<i>29</i>
Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими компаниями розничного сектора	30
Анализ потребителей	31
<i>Описание потребителей</i>	<i>31</i>

<i>Степень активности в потреблении Продукции. Количество Продукции потребляемого одним потребителем за единицу времени</i>	<i>31</i>
<i>Потребительские предпочтения по: видам, маркам Продукции</i>	<i>31</i>
<i>Медиа-предпочтения потребителей (отношение к источникам и формам рекламы Продукции).....</i>	<i>32</i>
<i>Основные тенденции в потребительском сегменте</i>	<i>32</i>
Обобщающие выводы по отчету	33
<i>Факторы, влияющие на развитие Рынка.....</i>	<i>33</i>
Step-анализ Рынка	33
Факторы, благоприятствующие развитию Рынка	33
<i>Анализ рисков.....</i>	<i>33</i>
Сдерживающие факторы Рынка	34
<i>Прогнозы развития рынка.....</i>	<i>34</i>
Общие выводы по отчету	35

АННОТАЦИЯ

Цель исследования: **анализ текущей ситуации на рынке грибов в России.**

Задачи исследования:

- Описание макроэкономической ситуации на Рынке
- Выделение основных сегментов Рынка
- Определение основных количественных характеристик Рынка
- Описание структуры Рынка
- Выявление основных игроков на Рынке
- Выявление основных факторов, влияющих на Рынок

Кол-во страниц: 90 стр.

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 26 диаграмм, 23 таблицы, 3 схемы

ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Содержание			
1	Введение		5
2	Методологическая часть		6
	2.1	<i>Описание типа исследования</i>	6
	2.2	<i>Объект исследования</i>	6
	2.3	<i>Цели и задачи исследования</i>	6
	2.4	<i>География исследования</i>	6
	2.5	<i>Время проведения исследования</i>	6
	2.6	<i>Методы сбора данных</i>	6
3	Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок		8
	3.1	<i>Общэкономическая ситуация в России</i>	8
	3.1.1	<i>Динамика валового внутреннего продукта</i>	8
	3.1.2	<i>Промышленное производство</i>	9
	3.1.3	<i>Уровень инфляции</i>	11
	3.1.4	<i>Уровень доходов населения</i>	12
4	Описание отрасли		13
	4.1	<i>Пищевая промышленность России</i>	13
	4.1.1	<i>Объем рынка пищевой промышленности</i>	13
	4.1.2	<i>Темпы роста рынка пищевой промышленности</i>	15
	4.1.3	<i>Тенденции рынка пищевой промышленности</i>	16
	4.2	<i>Описание влияющих рынков. Рынок замороженных и консервированных овощей</i>	16
	4.2.1	<i>Объем и темпы роста рынка замороженных и консервированных овощей</i>	16
	4.2.2	<i>Сегментация рынка замороженных и консервированных овощей</i>	18
	4.2.3	<i>Тенденции рынка замороженных и консервированных овощей</i>	22
	4.3	<i>Описание смежных рынков. Рынок мяса</i>	22
	4.3.1	<i>Объем рынка мяса</i>	22
	4.3.2	<i>Емкость рынка мяса</i>	24
	4.3.3	<i>Темпы роста рынка мяса</i>	25
	4.3.4	<i>Структура рынка мяса</i>	26
	4.3.5	<i>Тенденции рынка мяса</i>	26
5	Сегментация рынка		28
	5.1	<i>Определение продукции</i>	28
	5.2	<i>Сегментирование продукции по основным наименованиям</i>	29
	5.3	<i>Сегментирование Продукции по технологии производства или потребления</i>	33

	5.3.1	Виды переработки грибов	33
5.4		<i>Сегментирование Продукции по видам упаковки</i>	38
5.5		<i>Ценовое сегментирование Продукции</i>	39
5.6		<i>Тенденции различных сегментах Продукции</i>	40
	5.6.1	Тенденции в сегментах различных видов Продукции	40
	5.6.2	Тенденции в технологических сегментах	41
	5.6.3	Тенденции в сегментах упаковки	41
	5.6.4	Тенденции в ценовых сегментах	41
6		Основные количественные характеристики Рынка	42
	6.1	<i>Объем и емкость Рынка</i>	42
	6.2	<i>Темпы роста Рынка</i>	44
	6.3	<i>Влияние сезонности на Рынок</i>	45
	6.4	<i>Тенденции развития Рынка</i>	45
7		Сбытовая структура Рынка	47
	7.1	<i>Цепочка движения товара</i>	47
	7.2	<i>Краткое описание основных сегментов участников Рынка</i>	47
	7.2.1	Производители продукции	47
	7.2.2	Розничный сектор	49
	7.3	<i>Основное принципы ценообразования</i>	50
8		Объемы импорта и экспорта	52
	8.1	<i>Общие показатели импорта и экспорта на рынке</i>	53
	8.1.1	Импорт	54
	8.1.2	Экспорт	56
	8.1.3	Соотношение импорта и экспорта	57
9		Конкурентный анализ	58
	9.1	<i>Основные параметры конкуренции</i>	58
	9.2	<i>Основные производители. Описание профилей крупнейших компаний</i>	58
	9.2.1	Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями	67
	9.3	<i>Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора</i>	68
	9.3.1	Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими компаниями розничного сектора	73
10		Анализ потребителей	75
	10.1	<i>Описание потребителей</i>	75
	10.2	<i>Степень активности в потреблении Продукции. Количество Продукции потребляемого одним потребителем за единицу времени</i>	80
	10.3	<i>Потребительские предпочтения по: видам, маркам Продукции</i>	81

	10.4	<i>Медиа-предпочтения потребителей (отношение к источникам и формам рекламы Продукции)</i>	к	82
	10.5	<i>Основные тенденции в потребительском сегменте</i>		82
11	Обобщающие выводы по отчету			83
	11.1	<i>Факторы, влияющие на развитие Рынка</i>		83
		11.1.1	Step-анализ рынка	83
		11.1.2	Факторы, благоприятствующие развитию Рынка	84
	11.2	<i>Анализ рисков</i>		85
		11.2.1	Сдерживающие факторы Рынка	85
	11.5	<i>Прогнозы развития рынка</i>		86
12	Общие выводы по отчету			88

СПИСОК ДИАГРАММ

Диаграмма 1. Динамика изменения объема ВВП, 2004 – I кв. 2010 гг., млрд. руб.

Диаграмма 2. Динамика изменения индекса промышленного производства, 2008 - I кв. 2010 гг., % к соответствующему периоду предыдущего года

Диаграмма 3. Уровень инфляции 2003 – 2010 (прогноз) гг., %

Диаграмма 4. Динамика среднемесячной номинально начисленной заработной платы, руб.

Диаграмма 5. Темпы роста пищевой промышленности в 2007-2009 гг., в %

Диаграмма 6. Объем рынка замороженных овощей в 2008-2010 гг. (прогноз), тыс.тонн

Диаграмма 7. Популярность замороженных продуктов по видам на российском рынке, %

Диаграмма 8. Предпочтение потребителей по местам покупки замороженных овощей, % от числа потребителей

Диаграмма 9. Доли производства мяса в натуральном выражении, 2009 г., %

Диаграмма 10. Емкость рынка мяса по видам в 2008-2009 гг., тыс.тонн

Диаграмма 11. Динамика темпов роста рынка мяса, 2007-2009 гг., %

Диаграмма 12. Объем российского производства грибов в 2008-2010 гг. (прогноз), тыс.тонн

Диаграмма 13. Объем потребления шампиньонов в России в 2008-2010 гг. (прогноз), тыс.тонн

Диаграмма 14. Динамика изменения темпов роста рынка грибов в 2007-2010 гг. (прогноз), в %

Диаграмма 15. Структура затрат на выращивание грибов*

Диаграмма 16. Собираемые респондентами или членами их семей дары леса, %

Диаграмма 17. Пол респондентов, собирающих грибы, %

Диаграмма 18. Возраст респондентов, собирающих грибы, %

Диаграмма 19. Распределение собирающих грибы по типу населенного пункта, %

Диаграмма 20. Является ли сбор грибов и лесных ягод необходимостью, %

Диаграмма 21. Тип образования респондентов, собирающих грибы, %

Диаграмма 22. Цель сбора грибов, %

Диаграмма 23. Хватает ли сделанных заготовок до конца зимы, %

Диаграмма 24. Размер разовой покупки, %

Диаграмма 25. Частота покупки, %

Диаграмма 26. Препятствия к более частому употреблению грибов, %

СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. Объем производства основных видов пищевой продукции в 2007- I кв. 2009 г., тыс.тонн

Таблица 2. Распределение продаж на рынке овощных консервов Москвы по основным видам упаковки, %

Таблица 3. Объем рынка мяса в натуральном выражении, тыс.тонн

Таблица 4. Показатели производства мяса в 1 полугодии 2010 г., тыс.тонн

Таблица 5. Сравнительная характеристика питательной ценности некоторых съедобных грибов и других пищевых продуктов

Таблица 6. Химический состав популярных видов грибов, %

Таблица 7. Категории грибов по пищевой и диетологической ценности

Таблица 8. Классификация некоторых сортов грибов

Таблица 9. Сезонные розничные цены на грибы, 2 кв. 2010 г., руб.

Таблица 10. Розничные цены на некоторые виды грибов (за 1 кг), в марте 2009 года, руб.

Таблица 11. Коды ТН ВЭД для анализа импорта и экспорта на рынке

Таблица 12. Импорт на рынке грибов в натуральном и стоимостном выражении, 2009 г.

Таблица 13. Экспорт на рынке грибов в натуральном и стоимостном выражении, 2009 г.

Таблица 14. Основные страны-импортеры грибов в натуральном и стоимостном выражении, 2009 г.

Таблица 15. Основные страны-производители импорта грибов в натуральном и стоимостном выражении, 2009 г.

Таблица 16. Основные компании-получатели импорта грибов в натуральном выражении и стоимостном выражении, 2009 год.

Таблица 17. Основные страны-экспортеры грибов в натуральном и стоимостном выражении, 2009 г.

Таблица 18. Основные страны-производители экспорта грибов в натуральном и стоимостном выражении, 2009 г.

Таблица 19. Соотношение импорта и экспорта продукции в натуральном и стоимостном выражении, 2009 г.

Таблица 20. Сравнительная характеристика игроков рынка по основным параметрам.

Таблица 21. Сравнительная характеристика основных игроков розничного сектора

Таблица 22. Step-анализ рынка грибов.

Таблица 23. Возможные риски, связанные с Рынком.

СПИСОК СХЕМ

Схема 1. Цепочка движения товара на рынке мяса

Схема 2. Основные типы продукции Рынка

Схема 3. Цепочка движения товара на рынке грибов

Выдержки из исследования

В настоящее время российский рынок грибов вышел из экономического кризиса 2008-2009 года и вновь начинает активно развиваться. Рост доходов потребителей стимулирует основных отечественных производителей увеличить объемы производства. Данной тенденции также благоприятствует низкий уровень насыщенности рынка.

ОПИСАНИЕ ОТРАСЛИ

ПИЩЕВАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ РОССИИ

Пищевая промышленность — отрасль лёгкой промышленности, являющаяся совокупностью производств пищевых продуктов в готовом виде или в виде полуфабрикатов, а также табачных изделий, мыла и моющих средств, парфюмерно-косметической продукции. В системе агропромышленного комплекса пищевая промышленность тесно связана с сельским хозяйством (как поставщиком сырья) и с торговлей (как с основным потребителем). Часть отраслей пищевой промышленности тяготеет к сырьевым районам, другая часть — к районам потребления.

ОБЪЕМ РЫНКА ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

По данным Федеральной службы государственной статистики, динамика производства по обрабатывающим производствам в 1 квартале 2010 года составила ...% к соответствующему периоду предыдущего года, во 2 квартале 2010 года - ...% к соответствующему периоду предыдущего года. По итогам 1 полугодия 2010 года динамика производства по обрабатывающим производствам составила ...% к соответствующему периоду предыдущего года.

Таблица 1. Объем производства основных видов пищевой продукции в 2007- I кв. 2009 г., тыс.тонн

Вид продукции	2007 год	2008 год	1 кв. 2009 года

Источник: ...

По прогнозам экспертов данной отрасли, основанных на статистических данных 2009 года, в 2010-2011 годах основную часть доходов потребители будут тратить на товары повседневного спроса.

ТЕМПЫ РОСТА РЫНКА ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

По данным «РБК», темп роста пищевой промышленности в 2009 году составил ...%.

Большое влияние на темпы роста рынка пищевой промышленности в 2009 году оказал фактор замещения импорта, благодаря которому пищевая промышленность поднялась на две позиции по сравнению с 2008 годом.

ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

...

ОПИСАНИЕ ВЛИЯЮЩИХ РЫНКОВ. РЫНОК ЗАМОРОЖЕННЫХ И КОНСЕРВИРОВАННЫХ ОВОЩЕЙ

ОБЪЕМ И ТЕМПЫ РОСТА РЫНКА ЗАМОРОЖЕННЫХ И КОНСЕРВИРОВАННЫХ ОВОЩЕЙ

По оценкам экспертов, примерный объем рынка замороженных овощей в 2009 году составил ... тыс.тонн. По многочисленным прогнозам, в 2010 году объем данного рынка может составить порядка ... тыс.тонн.

Темпы роста рынка в 2009 году составили порядка ...% в год. По предварительным оценкам, в 2010 году темпы роста рынка достигнут отметки в ...%.

Емкость рынка овощных консервов в 2010 году может достичь уровня выше ... тыс.тонн в натуральном и ... млрд.долл. в стоимостном выражении. В 2009 году, по оценкам эксперта, в России было продано около ... тыс.тонн консервов на сумму ... млрд.долл.

СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА ЗАМОРОЖЕННЫХ И КОНСЕРВИРОВАННЫХ ОВОЩЕЙ

Рынок замороженных овощей можно сегментировать по видам продукции:

...

Основными сегментами рынка овощных консервов по виду продукции являются:

...

Наиболее востребованными сегментами на рынке плодоовощной консервации являются зеленый горошек и кукуруза (на них приходится ...% и ...% соответственно) и консервированные огурцы, на которые приходится порядка ...% общей доли объема продаж консервированных овощей.

Сегментировать рынок овощных консервов следует по типу упаковки, среди которых, как правило, выделяют жестяные банки и стеклянные банки.

Таблица 2. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ ОВОЩНЫХ КОНСЕРВОВ МОСКВЫ ПО ОСНОВНЫМ ВИДАМ УПАКОВКИ, %

Виды упаковки	Период	
	Январь-февраль 2008 г.	Январь-февраль 2009 г.

Источник: ...

В рейтинге по популярности замороженных овощей и ягод находится цветная капуста - ...% потребителей, стручковая фасоль и шампиньоны - ...% и ...% соответственно.

ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА ЗАМОРОЖЕННЫХ И КОНСЕРВИРОВАННЫХ ОВОЩЕЙ

...

ОПИСАНИЕ СМЕЖНЫХ РЫНКОВ. РЫНОК МЯСА

Смежным рынком для Рынка грибов является:

- Рынок мяса

ОБЪЕМ РЫНКА МЯСА

По данным Федеральной службы государственной статистики, в 2009 году было произведено ... тыс.тонн мяса. При этом запасы на начало 2009 года

составили ... тыс.тонн. Импорт и экспорт мяса составили ... тыс.тонн и ... тыс.тонн соответственно.

Объем рынка мяса в 2009 году достиг показателя в ... тыс.тонн.

ТАБЛИЦА 3. ОБЪЕМ РЫНКА МЯСА В НАТУРАЛЬНОМ ВЫРАЖЕНИИ, ТЫС.ТОНН

Ресурсы	2009 год
Объем рынка	
Объем рынка без учета запасов	

Источник: ...

ТАБЛИЦА 4. ПОКАЗАТЕЛИ ПРОИЗВОДСТВА МЯСА В 1 ПОЛУГОДИИ 2010 Г., ТЫС.ТОНН

Наименование продукции	1 полугодие 2010 г.	Июнь 2010 г. в % к		1 полугодие 2010 г. в % к 1 полугодию 2009 г.
		Июню 2009 г.	Маю 2010 г.	

Источник: ...

По данным Росстата и оценке МА Step by Step доля мяса птицы в общем объеме производства составила ...%, свинины – ...%, говядины – ...%.

ЕМКОСТЬ РЫНКА МЯСА

Емкость рынка в первом полугодии 2009 г. составила примерно ... млн. тонн, можно предположить, что за 2009 год емкость рынка мяса примерно равна ... млн. тонн., что по сравнению с 2008 годом больше на ... тыс. тонн.

ТЕМПЫ РОСТА РЫНКА МЯСА

По данным Росстата и компании Мираторг в 2007-2008 гг. темпы роста рынка составляли ...%. В 2009 году рынок мяса вырос всего на ...%. В основном спад произошел за счет уменьшения объемов импорта продукции.

ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА МЯСА

...

СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПРОДУКЦИИ

Грибы - группа выделяемых в особое царство живого споровых организмов, иногда внешне напоминающих растения, но лишенных зеленого пигмента хлорофилла, настоящих корней, стеблей и листьев. Они обычно поселяются на растениях, животных или их остатках.

Таблица 5. Сравнительная характеристика питательной ценности некоторых съедобных грибов и других пищевых продуктов

Наименование продукта	100г продукта содержит, г			Энергетическая ценность в 100г продукта, Ккал
	белки	жиры	углеводы	

Источник: ...

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПРОДУКЦИИ ПО ОСНОВНЫМ НАИМЕНОВАНИЯМ

Раньше в пищу в основном употреблялись лесные грибы, однако в последнее время растет потребление культивируемых грибов.

Наибольшее распространение среди культивируемых грибов получили шампиньоны. Их доля в мировом производстве грибов составляет около ...%. На втором месте по популярности среди культивируемых грибов располагаются вешенки.

Самые известные грибы разделены на ... категории по своей пищевой и диетологической ценности.

Таблица 6. Категории грибов по пищевой и диетологической ценности

Категория	Грибы

Источник: ...

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПРОДУКЦИИ ПО ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА ИЛИ ПОТРЕБЛЕНИЯ

ВИДЫ ПЕРЕРАБОТКИ ГРИБОВ

По качественным характеристикам различают следующие виды грибов:

...

ТАБЛИЦА 7. КЛАССИФИКАЦИЯ НЕКОТОРЫХ СОРТОВ ГРИБОВ

Класс	Описание		
	Белый	Лисичка	Шампиньон

Источник: ...

Грибы можно подвергать следующим видам обработки:

...

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПРОДУКЦИИ ПО ВИДАМ УПАКОВКИ

Можно выделить следующие способы упаковки **свежих и замороженных грибов**:

...

ЦЕНОВОЕ СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПРОДУКЦИИ

В 2010 году средняя цена на свежие шампиньоны составила ... за килограмм. С 8 марта 2010 года цены на вешенку в Москве превысили ... руб. за килограмм во всех форматах розничной торговли. Средняя розничная цена свежих китайских шиитаке составляет ... руб. за килограмм.

Как правило, на Рынке выделяют три основные ценовые категории:

...

Таблица 8. СЕЗОННЫЕ РОЗНИЧНЫЕ ЦЕНЫ НА ГРИБЫ, 2 кв. 2010 г., РУБ.

Наименование продукции	Вес продукции	Вид упаковки	Средняя розничная цена
Свежие			
Замороженные			
Консервированные			

Источник: ...

ТЕНДЕНЦИИ РАЗЛИЧНЫХ СЕГМЕНТАХ ПРОДУКЦИИ

ТЕНДЕНЦИИ В СЕГМЕНТАХ РАЗЛИЧНЫХ ВИДОВ ПРОДУКЦИИ

...

ТЕНДЕНЦИИ В ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ СЕГМЕНТАХ

...

ТЕНДЕНЦИИ В СЕГМЕНТАХ УПАКОВКИ

...

ТЕНДЕНЦИИ В ЦЕНОВЫХ СЕГМЕНТАХ

...

ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА

ОБЪЕМ И ЕМКОСТЬ РЫНКА

Объем мирового производства грибов составляет порядка ... млн. тонн. При этом на долю Российского производства приходится около ...% от мирового производства.

Средний годовой объем потребления грибов в России составляет около ... тыс. тонн, т.е. порядка ... кг на человека. При этом основную долю потребления грибов составляют дикорастущие грибы и продукция «самосбора», не представленная на рынке.

Объем российского производства грибов в 2009 году по сравнению с 2008 годом снизился на ...% и составил ...тыс. тонн. По нашим прогнозам, объем российского производства грибов в 2010 году опустится до отметки в ... тыс. тонн.

По расчетам МА «Step by Step», объем рынка культивируемых грибов в России в 2009 году составил ... тыс. тонн. По нашим данным, объем потребления шампиньонов в России в 2009 году составил порядка ... тыс. тонн. В 2010 году ожидается увеличение объема потребления шампиньонов до отметки в ... тыс. тонн.

В первом полугодии 2010 года производство шампиньонов в России по сравнению с первым полугодием 2009 года выросло на ... % и составило ... тонну.

ТЕМПЫ РОСТА РЫНКА

В 2008 году темпы роста рынка упали по сравнению с показателем 2007 года, равного ...%, составив всего ...%. В 2009 году под влиянием экономического кризиса рынок замедлил свое развитие, темпы роста резко снизились по сравнению с предыдущим периодом, остановившись предположительно на отметке в ...%.

По прогнозам компании «ТОЙ-Опинион», темпы роста рынка в 2010-2011 годах будут составлять не более ...%, несмотря на восстановление

экономики и доходов населения, обуславливающих платежеспособный спрос.

ВЛИЯНИЕ СЕЗОННОСТИ НА РЫНОК

Развитие рынка грибов связано с ростом потребительского спроса, который обусловлен несколькими причинами, такими как:

...

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА

...

СБЫТОВАЯ СТРУКТУРА РЫНКА

ЦЕПОЧКА ДВИЖЕНИЯ ТОВАРА

...

КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ ОСНОВНЫХ СЕГМЕНТОВ УЧАСТНИКОВ РЫНКА

ПРОИЗВОДИТЕЛИ ПРОДУКЦИИ

ПРОИЗВОДИТЕЛИ ЛЕСНЫХ ГРИБОВ

...

ПРОИЗВОДИТЕЛИ КУЛЬТИВИРУЕМЫХ ГРИБОВ

В сегменте культивируемых грибов основными производителями можно считать:

- Группа компаний «Ледово» (торговая марка «Снежана»)
- ООО «Комбинат сельскохозяйственной и дикорастущей продукции «Живница» (торговая марка «Живница»)
- Группа компаний «Бит» («4 сезона»)

РОССИЙСКИЕ ПРОИЗВОДИТЕЛИ

...

ИНОСТРАННЫЕ ПРОИЗВОДИТЕЛИ

На рынке грибов можно выделить следующих иностранных производителей:

- «Hortex Holding SA»
- «Bonduelle»

РОЗНИЧНЫЙ СЕКТОР

Значительный объем грибной продукции приходится на розничные продуктовые магазины, в том числе сети:

- «АШАН»
- «Перекресток»
- «Пятерочка»

- «Седьмой Континент»

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

Грибная продукция отличается следующими ценовыми характеристиками:

...

Таблица 9. Розничные цены на некоторые виды грибов (за 1 кг), в марте 2009 года, руб.

Название	Розничные цены	
	Минимальная	Максимальная

Источник: ...

ОБЪЕМЫ ИМПОРТА И ЭКСПОРТА

В данном разделе производится анализ импорта и экспорта продукции в соответствие с данными таможенной статистики.

Анализ производится по следующим кодам ТН ВЭД:

Таблица 10. Коды ТН ВЭД для анализа импорта и экспорта на рынке

Код	Расшифровка

Источник: ...

ОБЩИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ИМПОРТА И ЭКСПОРТА НА РЫНКЕ

Общий объем импорта по всем вышеперечисленным таможенным кодам составил ...тыс. тонн в натуральном выражении или ... млн. долл.

Таблица 11. ИМПОРТ НА РЫНКЕ ГРИБОВ В НАТУРАЛЬНОМ И СТОИМОСТНОМ ВЫРАЖЕНИИ, 2009 г.

Код ВЭД	Импорт			
	кг	кг(%)	\$	\$(%)
Итого				

Источник: ...

Общий объем экспорта по всем вышеперечисленным кодам составил ... тыс. тонн в натуральном выражении или ... млн. долл.

Таблица 12. ЭКСПОРТ НА РЫНКЕ ГРИБОВ В НАТУРАЛЬНОМ И СТОИМОСТНОМ ВЫРАЖЕНИИ, 2009 г.

Код ВЭД	Экспорт			
	кг	кг(%)	\$	\$(%)

Код ВЭД	Экспорт			
	кг	кг(%)	\$	\$(%)
Итого				

Источник: ...

ИМПОРТ

Основными импортерами продукции являются ... и Доли этих стран составляют ...% и ...% в натуральном выражении соответственно и ...% и ...% в стоимостном выражении.

Таблица 13. Основные страны-импортеры грибов в натуральном и стоимостном выражении, 2009 г.

Страна-импортёр	кг	кг (%)	\$	\$(%)	цена \$/кг
ИТОГО					

Источник: ...

Наиболее высокой является цена импорта из Чили (... долл./кг).
Наименьшая цена импорта – из Эстонии – ... долл./кг.

Основными странами-производителями импорта для России являются ... и Доли этих стран составляют ...% и ...% в натуральном выражении соответственно и ...% и ...% в стоимостном выражении

Таблица 14. Основные страны-производители импорта грибов в натуральном и стоимостном выражении, 2009 г.

Страна-производитель импорта	кг	кг (%)	\$	\$(%)	цена \$/кг
ИТОГО					

Источник: ...

Таблица 15. Основные компании-получатели импорта грибов в натуральном выражении и стоимостном выражении, 2009 год.

Компания-получатель импорта	кг	кг (%)	\$	\$(%)	цена \$/кг
ИТОГО					

Источник: ...

ЭКСПОРТ

Основными экспортерами продукции являются ... и Доли этих стран составляют ...% и ...% в натуральном выражении соответственно и ...% и ...% в стоимостном выражении.

Таблица 16. Основные страны-экспортеры грибов в натуральном и стоимостном выражении, 2009 г.

Страна-экспортёр	кг	кг (%)	\$	\$(%)	цена \$/кг
ИТОГО					

Источник: ...

Наиболее высокой является цена экспорта в Италию (... долл./кг).
Наименьшая цена экспорта – в Туркмению – ... долл./кг.

Основным производителем продукции на экспорт является ... Доля этой страны составляет ...% в натуральном выражении и ...% в стоимостном выражении.

Таблица 17. Основные страны-производители экспорта грибов в натуральном и стоимостном выражении, 2009 г.

Страна-производитель экспорта	кг	кг (%)	\$	\$(%)	цена \$/кг

Страна-производитель экспорта	кг	кг (%)	\$	\$(%)	цена \$/кг
Итого	4 475 104	100%	18 591 329	100%	4,15

Источник: ...

СООТНОШЕНИЕ ИМПОРТА И ЭКСПОРТА

Очевидно преобладание импортной продукции. Доля импорта составляет ...% в натуральном и ...% в стоимостном выражении.

Таблица 18. Соотношение импорта и экспорта продукции в натуральном и стоимостном выражении, 2009 г.

Направление перемещения	кг	кг (%)	\$	\$(%)
Общий итог				

Источник: ...

КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ

ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ КОНКУРЕНЦИИ

Основными параметрами конкуренции являются

...

ОСНОВНЫЕ ПРОИЗВОДИТЕЛИ. ОПИСАНИЕ ПРОФИЛЕЙ КРУПНЕЙШИХ КОМПАНИЙ

Группа компаний «ЛЕДОВО»

...

ООО «КОМБИНАТ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ И ДИКОРАСТУЩЕЙ ПРОДУКЦИИ
«ЖИВНИЦА»

...

Группа компаний «БИТ»

...

КОМПАНИЯ «ЭКОПРОДУКТ»

...

Группа компаний «МАТРЕКО»

...

КОМПАНИЯ «СКАН-НЕВА»

...

КОМПАНИЯ «HORTEX HOLDING SA»

..

КОМПАНИЯ «BONDUELLE»

...

ТАБЛИЦА 19. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ИГРОКОВ РЫНКА ПО ОСНОВНЫМ ПАРАМЕТРАМ.

Компании	Год основания	Географический охват	Ассортимент продукции	Основные бренды	Прогнозы развития	Сильные стороны

Источник: ...

РЕЗЮМЕ

...

ТЕНДЕНЦИИ В НАПРАВЛЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ МЕЖДУ КРУПНЕЙШИМИ ПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ

...

КОНКУРЕНЦИЯ МЕЖДУ КРУПНЕЙШИМИ КОМПАНИЯМИ РОЗНИЧНОГО СЕКТОРА

Среди крупнейших компаний розничного сектора, на которых приходится значительный объем грибной продукции, выделяют следующие сети:

...

«АШАН»

...

«ПЕРЕКРЕСТОК»

...

«ПЯТЕРОЧКА»

...

«СЕДЬМОЙ КОНТИНЕНТ»

...

«ДИКСИ»

...

«КОПЕЙКА»

...

ТАБЛИЦА 20. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНЫХ ИГРОКОВ РОЗНИЧНОГО СЕКТОРА

Компании	Год основания	Формат магазина	Количество магазинов	Прогнозы развития	Сильные стороны

Источник: ...

РЕЗЮМЕ

...

ТЕНДЕНЦИИ В НАПРАВЛЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ МЕЖДУ КРУПНЕЙШИМИ КОМПАНИЯМИ РОЗНИЧНОГО СЕКТОРА

ТЕНДЕНЦИИ В ОСНОВНЫХ ФОРМАТАХ ТОРГОВЛИ

...

ТЕНДЕНЦИИ В ЦЕНОВЫХ СЕКМЕНТАХ

...

АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

ОПИСАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

По результатам количественного исследования компании ФОМ, практика походов за дарами природы заведена примерно в половине российских семей – о том, что они лично или члены их семьи собирают грибы, ягоды, орехи и т. д., сообщили ...% опрошенных. Большинство из тех, кто ходит в лес, собирают грибы (...% опрошенных).

...

На основании данного исследования специалистами МА Step by Step были рассчитаны показатели некоторых характеристик для тех респондентов, которые ходят в лес для сбора грибов.

...

СТЕПЕНЬ АКТИВНОСТИ В ПОТРЕБЛЕНИИ ПРОДУКЦИИ. КОЛИЧЕСТВО ПРОДУКЦИИ ПОТРЕБЛЯЕМОГО ОДНИМ ПОТРЕБИТЕЛЕМ ЗА ЕДИНИЦУ ВРЕМЕНИ

Объем разовой покупки грибов у большей части потребителей данной продукции составляет от ... до ... кг.

Частота покупки грибов составляет ... раз в месяц и реже.

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПО: ВИДАМ, МАРКАМ ПРОДУКЦИИ

Грибные консервы присутствуют в ...% розничных торговых точек России.

Для большей части потребителей грибных консервов значение имеют следующие свойства продукта (в порядке убывания значимости):

...

**МЕДИА-ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ (ОТНОШЕНИЕ К
ИСТОЧНИКАМ И ФОРМАМ РЕКЛАМЫ ПРОДУКЦИИ)**

...

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ СЕКМЕНТЕ

...

ОБОБЩАЮЩИЕ ВЫВОДЫ ПО ОТЧЕТУ

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РАЗВИТИЕ РЫНКА

СТЕП-АНАЛИЗ РЫНКА

Для анализа факторов внешней среды, оказывающих влияние на развитие Рынка целесообразно воспользоваться методикой STEP-анализа. STEP – это аббревиатура названия факторов: социальных (**S** - social), технологических (**T** - technological), экономических (**E** - economic), политических (**P** - political). Эта методика анализа помогает сформулировать целостную, системную картину внешнего окружения при поэтапном движении от одного класса факторов к другому.

ТАБЛИЦА 21. СТЕП-АНАЛИЗ РЫНКА ГРИБОВ.

Факторы внешней среды	Степень влияния факторов

Источник: ...

ФАКТОРЫ, БЛАГОПРИЯТСТВУЮЩИЕ РАЗВИТИЮ РЫНКА

...

АНАЛИЗ РИСКОВ

В бизнес-практике рассматривается большая типология рисков: политические, экономические, финансовые, производственно–технические, информационные, маркетинговые. Мы будем говорить в основном о маркетинговых рисках. Маркетинговый риск - это риск убытков вследствие неверной стратегии или тактики на рынке сбыта

Риски	Способы избежать рисков

Источник: ...

СДЕРЖИВАЮЩИЕ ФАКТОРЫ РЫНКА

...

ПРОГНОЗЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА

...

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ ПО ОТЧЕТУ

...

По поводу приобретения готовых аналитических отчетов MA Step by Step обращайтесь к менеджерам отдела развития (e-mail: info@step-by-step.ru) или по телефонам (495) 760-50-73, 8 (903) 240-00-88