

РОССИЙСКИЙ РЫНОК КОЛБАС И КОЛБАСНЫХ ИЗДЕЛИЙ

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:
декабрь 2010 г.**

г. Москва

STEP BY STEP





Содержание

Аннотация.....	5
Полное содержание исследования.....	6
<i>Список диаграмм.....</i>	<i>9</i>
<i>Список таблиц.....</i>	<i>9</i>
<i>Список схем.....</i>	<i>10</i>
Выдержки из исследования.....	11
Сегментация и структура Рынка.....	12
<i>Определение продукции.....</i>	<i>12</i>
<i>Сегментирование продукции по основным наименованиям.....</i>	<i>12</i>
<i>Сегментирование Продукции по технологии производства.....</i>	<i>12</i>
Классификация по технологии производства.....	12
Классификация по форме реализации в розничной торговле.....	12
<i>Сегментирование Продукции по виду упаковки.....</i>	<i>13</i>
<i>Ценовое сегментирование продукции.....</i>	<i>13</i>
<i>Тенденции различных сегментов Продукции.....</i>	<i>13</i>
Тенденции в технологических сегментах.....	13
Тенденции в сегментах упаковки.....	13
Тенденции в ценовых сегментах.....	13
<i>Проблема «натуральности» колбасных изделий.....</i>	<i>14</i>
Основные количественные характеристики Рынка.....	15
<i>Объем рынка.....</i>	<i>15</i>
<i>Емкость Рынка.....</i>	<i>15</i>
<i>Темпы роста.....</i>	<i>15</i>
<i>Сезонность спроса.....</i>	<i>15</i>
Сбытовая структура Рынка.....	16
<i>Цепочка движения товара.....</i>	<i>16</i>
<i>Краткое описание основных сегментов участников Рынка.....</i>	<i>16</i>
Производители.....	16



Дистрибьюторы продукции	16
Розничный сектор	16
Принципы ценообразования.....	16
Объемы российского производства, импорта и экспорта	18
<i>Объемы импорта</i>	<i>18</i>
Основные страны-импортеры	18
Основные страны-производители импорта	19
<i>Экспорт продукции в 2009 году.....</i>	<i>19</i>
Объемы экспорта	19
Основные страны-экспортеры.....	20
Основные страны-производители экспорта	20
<i>Соотношение экспорта и импорта в 2009 г.....</i>	<i>21</i>
<i>Основные тенденции в структуре импорта-экспорта.....</i>	<i>21</i>
Конкурентный анализ.....	22
<i>Конкуренция между крупнейшими производителями Рынка</i>	<i>22</i>
Описание профилей крупнейших компаний.....	22
Микояновский мясокомбинат.....	22
Группа Черкизово	22
Группа ПРОДО (Клинский мясокомбинат).....	22
ОАО «Останкинский мясоперерабатывающий комбинат»	22
ГК Царицыно (ОАО «Царицыно»).....	22
Сравнительная характеристика крупнейших производителей	22
Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями.....	23
Стратегии продвижения товаров производителями.....	23
<i>Конкуренция в оптовом сегменте Рынка</i>	<i>23</i>
Крупные дистрибьюторы Рынка. Описание профилей компаний	23
Торговый дом «Колбасный мир»	23
ООО Росард	24
ООО «Ваши Колбасы».....	24
ООО «Бизнес Альянс».....	24
ООО «Партнер-М».....	24
Сравнительная характеристика крупных дистрибьюторов и оптовых компаний по основным параметрам.....	24



Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими дистрибьюторами Продукции.....	25
<i>Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора.....</i>	<i>25</i>
Основные параметры конкуренции.....	25
Описание профилей крупнейших компаний.....	25
Сравнительная характеристика крупнейших сетевых розничных компаний по основным описательным параметрам и стратегиям их развития.....	26
<i>Влияние кризиса на развитие российского ритейла.....</i>	<i>28</i>
<i>Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими розничными сетями.....</i>	<i>28</i>
Анализ потребителей.....	29
<i>Описание потребителей.....</i>	<i>29</i>
Сегментация потребителей с описанием и количественной оценкой сегментов.....	29
Описание потребителей в сегменте B2C.....	29
Потребительские предпочтения.....	30
Описание потребителей в сегменте B2B.....	30
<i>Основные тенденции в потребительском сегменте.....</i>	<i>30</i>
Обобщающие выводы и рекомендации.....	31
<i>Факторы, влияющие на развитие Рынка.....</i>	<i>31</i>
<i>Анализ рисков.....</i>	<i>31</i>
<i>Тенденции Рынка.....</i>	<i>31</i>
Тенденции рынка упаковки для колбасных изделий.....	31
Тенденции в сегментах различных видов Продукции.....	32
Тенденции в технологических сегментах Продукции.....	32
Тенденции в сегментах упаковки.....	32
Тенденции в ценовых сегментах.....	32
Основные тенденции в структуре импорта-экспорта.....	32
Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями.....	32
Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими дистрибьюторами Продукции.....	32



АННОТАЦИЯ

Цель исследования: **анализ текущей ситуации на рынке колбас и колбасных изделий 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: 108 стр.

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 8 диаграмм, 24 таблицы, 4 схемы

ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

1	Содержание		
2	Введение		9
3	Методологическая часть		10
	3.1	<i>Описание типа исследования</i>	10
	3.2	<i>Объект исследования</i>	10
	3.3	<i>Цели и задачи исследования</i>	10
	3.4	<i>География исследования</i>	10
	3.5	<i>Время проведения исследования</i>	10
	3.6	<i>Методы сбора данных</i>	10
4	Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок		12
	4.1	<i>Общэкономическая ситуация в России</i>	12
	4.1.	Динамика валового внутреннего продукта	12
	4.1.	Промышленное производство	13
	4.1.	Уровень инфляции	14
	4.1.	Уровень доходов населения	15
	4.1.	Инвестиции	16
	4.2	<i>Описание отрасли. Производство мяса</i>	17
	42.1	Животноводство	18
	42.2	Мясной союз России	20
	42.3	Описание смежных Рынков. Рынок упаковки колбасных изделий	20
5	Сегментация и структура Рынка		27
	5.1	<i>Определение продукции</i>	27
	5.2	<i>Сегментирование продукции по основным наименованиям</i>	27
	5.3	<i>Сегментирование Продукции по технологии производства</i>	28
	5.3.1	Классификация по технологии производства	29
	5.3.2	Классификация по форме реализации в розничной торговле	29
	5.4	<i>Сегментирование Продукции по виду упаковки</i>	29
	5.5	<i>Ценовое сегментирование продукции</i>	31
	5.6	<i>Тенденции различных сегментов Продукции</i>	33
	5.6.1	Тенденции в технологических сегментах	33
	5.6.2	Тенденции в сегментах упаковки	33
	5.6.3	Тенденции в ценовых сегментах	33
	5.7	<i>Проблема «натуральности» колбасных изделий</i>	34

6	Основные количественные характеристики Рынка		36
	6.1	<i>Объем рынка</i>	36
	6.2	<i>Емкость Рынка</i>	36
	6.3	<i>Темпы роста</i>	36
	6.4	<i>Сезонность спроса</i>	37
7	Сбытовая структура Рынка		38
	7.1	<i>Цепочка движения товара</i>	38
	7.2	<i>Краткое описание основных сегментов участников Рынка</i>	39
	7.2.1	Производители	39
	7.2.2	Дистрибьюторы продукции	42
	7.2.3	Розничный сектор	42
	7.2.4	Принципы ценообразования	44
8	Объемы российского производства, импорта и экспорта		49
	8.1	<i>Объемы импорта</i>	50
	8.1.1	Основные страны-импортеры	50
	8.1.2	Основные страны-производители импорта	51
	8.2	<i>Экспорт продукции в 2009 году</i>	51
	8.2.1	Объемы экспорта	51
	8.2.2	Основные страны-экспортеры	52
	8.2.3	Основные страны-производители экспорта	52
	8.3	<i>Соотношение экспорта и импорта в 2009 г.</i>	53
	8.4	<i>Основные тенденции в структуре импорта-экспорта</i>	53
9	Конкурентный анализ		54
	9.1	<i>Конкуренция между крупнейшими производителями Рынка</i>	54
	9.1.1	Описание профилей крупнейших компаний	54
	9.1.2	Микояновский мясокомбинат	54
	9.1.3	Группа Черкизово	55
	9.1.4	Группа ПРОДО (Клинский мясокомбинат)	57
	9.1.5	ОАО «Останкинский мясоперерабатывающий комбинат»	59
	9.1.6	ГК Царицыно (ОАО «Царицыно»)	61
	9.1.7	Сравнительная характеристика крупнейших производителей	64
	9.1.8	Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями	66
	9.1.9	Стратегии продвижения товаров производителями	67
	9.2	<i>Конкуренция в оптовом сегменте Рынка</i>	68



	9.2.1	Крупные дистрибьюторы Рынка. Описание профилей компаний	68
	9.2.2	Торговый дом «Колбасный мир»	69
	9.2.3	ООО Росард	69
	9.2.4	ООО «Ваши Колбасы»	70
	9.2.5	ООО «Бизнес Альянс»	71
	9.2.6	ООО «Партнер-М»	71
	9.2.7	Сравнительная характеристика крупных дистрибьюторов и оптовых компаний по основным параметрам	72
	9.2.8	Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими дистрибьюторами Продукции	73
	9.3	<i>Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора</i>	73
	9.3.1	Основные параметры конкуренции	73
	9.3.2	Описание профилей крупнейших компаний	74
	9.3.3	Сравнительная характеристика крупнейших сетевых розничных компаний по основным описательным параметрам и стратегиям их развития	91
	9.4	<i>Влияние кризиса на развитие российского ритейла</i>	95
	9.5	<i>Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими розничными сетями</i>	96
10	Анализ потребителей		98
	10.1	<i>Описание потребителей</i>	98
	10.1.1	Сегментация потребителей с описанием и количественной оценкой сегментов	98
	10.1.2	Описание потребителей в сегменте B2C	98
	10.1.3	Потребительские предпочтения	100
	10.1.4	Оценка «натуральности» колбасных изделий	101
	10.1.5	Описание потребителей в сегменте B2B	102
	10.2	<i>Основные тенденции в потребительском сегменте</i>	103
11	Обобщающие выводы и рекомендации		104
	11.1	<i>Факторы, влияющие на развитие Рынка</i>	104
	11.2	<i>Анализ рисков</i>	105
	11.3	<i>Тенденции Рынка</i>	105
	11.3.1	Тенденции рынка упаковки для колбасных изделий	105

	11.3.2	Тенденции в сегментах различных видов Продукции	106
	11.3.3	Тенденции в технологических сегментах Продукции	106
	11.3.4	Тенденции в сегментах упаковки	106
	11.3.5	Тенденции в ценовых сегментах	107
	11.3.6	Основные тенденции в структуре импорта-экспорта	107
	11.3.7	Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями	107
	11.3.8	Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими дистрибьюторами Продукции	108

СПИСОК ДИАГРАММ

Диаграмма 1. Динамика изменения объема ВВП, 2004 – III квартала 2010 гг., млрд. руб.

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

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

Диаграмма 4. Динамика реально располагаемых денежных доходов населения, % к соответствующему периоду предыдущего года

Диаграмма 5. Скот и птица на убой (в живом весе), тыс. тонн

Диаграмма 6. Структура продаж колбасных изделий и мясных деликатесов по федеральным округам РФ в 2009 году в стоимостном выражении, %

Диаграмма 7. Факторы выбора колбасных изделий, %

Диаграмма 8. Предпочтения по типу упаковки, %

СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. Производство скота и птицы на убой

Таблица 2. Средние цены на колбасные изделия, ноябрь 2008-2010, руб.

Таблица 3. Темпы роста рынка в 2007-2009 г., % к предыдущему году

Таблица 4. Доли производителей на Рынке Москвы и Московской области в стоимостном выражении, %

Таблица 5. Сопоставление средних цен производителей и средних потребительских цен 2010 года на мясо и мясную продукцию

Таблица 6. Динамика цен на сосиски, сардельки в 2007- ноябре 2010г., руб.



Таблица 7. Динамика цен на колбасу полукопченую в 2007- ноябре 2010г., руб.

Таблица 8. Динамика цен на колбасу сырокопченую 2007 – ноябре 2010г., руб.

Таблица 9. Динамика цен на мяскопчености в 2007 – ноябре 2010г., руб.

Таблица 10. Динамика цен на колбасу вареную I сорта в 2007 – ноябре 2010г., руб.

Таблица 11. Динамика цен на колбасу вареную высшего сорта в 2007 – ноябре 2010г., руб.

Таблица 12. Коды ТН ВЭД для анализа импорта и экспорта на рынке

Таблица 13. Основные страны-импортеры продукции в натуральном и денежном выражении, 2009 г.

Таблица 14. Основные страны-производители импорта продукции в натуральном и денежном выражении, 2009 г.

Таблица 15. Основные страны-экспортеры продукции в натуральном и денежном выражении, 2009 г.

Таблица 16. Основные страны – производители экспорта продукции в натуральном и денежном выражении, 2009 г.

Таблица 17. Соотношение импорта и экспорта продукции, 2009 г.

Таблица 18. Сравнительная характеристика игроков Рынка по основным параметрам

Таблица 19. Сравнительная характеристика крупных дистрибьюторов и оптовых компаний по основным параметрам

Таблица 20. Основные сетевые розничные компании

Таблица 21. Психологические типы потребителей мясной продукции

Таблица 22. Характеристики поставщика

Таблица 23. STEP-анализ Рынка

Таблица 24. Риски на Рынке

СПИСОК СХЕМ

Схема 1. Виды колбасных оболочек

Схема 2. Сегментация продукции по ассортименту

Схема 3. Виды упаковки колбасной продукции

Схема 4. Цепочка движения товара на Рынке



ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ



СЕГМЕНТАЦИЯ И СТРУКТУРА РЫНКА

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПРОДУКЦИИ

Колбасные изделия - пищевые продукты из мяса, обработанные механическим и физико-химическим способами с добавлением некоторых других продуктов. Механическая обработка заключается в удалении из мяса несъедобных, малопитательных частей и его измельчении. К физико-химической обработке относятся посол, созревание, обжарка, варка, копчение.

...

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПРОДУКЦИИ ПО ОСНОВНЫМ НАИМЕНОВАНИЯМ

В ассортиментном ряду колбасных изделий можно выделить 4 основные категории:

...

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПРОДУКЦИИ ПО ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА

Для сегментации продукции используем ГОСТ Р 52427-2005 «Промышленность мясная. Продукты пищевые. Термины и определения» и ГОСТ Р 52428-2005 «Продукция мясной промышленности. Классификация».

...

КЛАССИФИКАЦИЯ ПО ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА

- ...

КЛАССИФИКАЦИЯ ПО ФОРМЕ РЕАЛИЗАЦИИ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

...



СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПРОДУКЦИИ ПО ВИДУ УПАКОВКИ

....

ЦЕНОВОЕ СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПРОДУКЦИИ

На рынке колбасных изделий можно выделить 4 ценовых сегмента:

- ...

...

Таблица 1. Средние цены на колбасные изделия, ноябрь 2008-2010, руб.

Изделия	2008	2009	2010

....

ТЕНДЕНЦИИ РАЗЛИЧНЫХ СЕГМЕНТОВ ПРОДУКЦИИ

ТЕНДЕНЦИИ В ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ СЕГМЕНТАХ

-

ТЕНДЕНЦИИ В СЕГМЕНТАХ УПАКОВКИ

-

ТЕНДЕНЦИИ В ЦЕНОВЫХ СЕГМЕНТАХ

-



ПРОБЛЕМА «НАТУРАЛЬНОСТИ» КОЛБАСНЫХ ИЗДЕЛИЙ

В последние годы все активнее обсуждается проблема состава колбасных изделий. Достижения пищевых технологий и пробелы в российском регулировании позволяют продавать потребителям колбасу, в которой содержание мяса минимально.

....



ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА

ОБЪЕМ РЫНКА

По данным ..., объем производства колбасных изделий в России в период с января по ноябрь 2010 года составил порядка 1.... тонн

....

ЕМКОСТЬ РЫНКА

....

ТЕМПЫ РОСТА

....

ТАБЛИЦА 2. ТЕМПЫ РОСТА РЫНКА В 2007-2009 г., % к ПРЕДЫДУЩЕМУ ГОДУ

Показатель	2007	2008	2009

Источник:

СЕЗОННОСТЬ СПРОСА

....



СБЫТОВАЯ СТРУКТУРА РЫНКА

ЦЕПОЧКА ДВИЖЕНИЯ ТОВАРА

На рынке колбас можно выделить следующих участников сбытовой цепочки:

- Перерабатывающие предприятия
- Дистрибьюторы
- Розничные сети
- Конечный потребитель

....

КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ ОСНОВНЫХ СЕГМЕНТОВ УЧАСТНИКОВ РЫНКА

ПРОИЗВОДИТЕЛИ

....

ДИСТРИБЬЮТОРЫ ПРОДУКЦИИ

....

РОЗНИЧНЫЙ СЕКТОР

....

ПРИНЦИПЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

Формирование розничной цены на продукцию происходит путем введения наценок от стоимости производителей. В цепочку наценок входят наценки участников оптового звена, и представителей розничного звена.

ТАБЛИЦА 3. СОПОСТАВЛЕНИЕ СРЕДНИХ ЦЕН ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ И СРЕДНИХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ЦЕН 2010 ГОДА НА МЯСО И МЯСНУЮ ПРОДУКЦИЮ

Средние цены производителей, руб./ кг		

Группа Компаний Step by Step

г. Москва, ул. Николаямская, д. 29, стр. 1, 3 этаж
Тел. 915-77-20 www.step-by-step.ru



Источник:

....



ОБЪЕМЫ РОССИЙСКОГО ПРОИЗВОДСТВА, ИМПОРТА И ЭКСПОРТА

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

Анализ производится по следующим кодам ТН ВЭД:

Таблица 4. Коды ТН ВЭД для анализа импорта и экспорта на рынке

Код	Расшифровка
160100	Колбасы и аналогичные продукты из мяса, мясных субпродуктов или крови; готовые пищевые продукты, изготовленные на их основе.

Источник: ГК Step by Step

▪

ОБЪЕМЫ ИМПОРТА

...

ОСНОВНЫЕ СТРАНЫ-ИМПОРТЕРЫ

Под странами-импортерами нами подразумеваются страны, из которых был ввезен товар в Россию. В таможенных базах они фигурируют как «страны отправления».

Таблица 5. Основные страны-импортеры продукции в натуральном и денежном выражении, 2009 г.

страна-импортёр	кг	кг (%)	\$	\$(%)	цена \$/кг

страна-импортёр	кг	кг (%)	\$	\$(%)	цена \$/кг

Источник: таможенная база РФ за 2009 год

....

ОСНОВНЫЕ СТРАНЫ-ПРОИЗВОДИТЕЛИ ИМПОРТА

....

Таблица 6. Основные страны-производители импорта продукции в натуральном и денежном выражении, 2009 г.

страна-производитель импорта	кг	кг (%)	\$	\$(%)	цена \$/кг

Источник: таможенная база РФ за 2009 год

....

ЭКСПОРТ ПРОДУКЦИИ В 2009 ГОДУ

ОБЪЕМЫ ЭКСПОРТА

....

ОСНОВНЫЕ СТРАНЫ-ЭКСПОРТЕРЫ

....

Таблица 7. Основные страны-экспортеры продукции в натуральном и денежном выражении, 2009 г.

страна-экспортёр	кг	кг (%)	\$	\$(%)	цена \$/кг

Источник: таможенная база РФ за 2009 год

....

ОСНОВНЫЕ СТРАНЫ-ПРОИЗВОДИТЕЛИ ЭКСПОРТА

....

Таблица 8. Основные страны – производители экспорта продукции в натуральном и денежном выражении, 2009 г.

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

Источник: таможенная база РФ за 2009 год

....



СООТНОШЕНИЕ ЭКСПОРТА И ИМПОРТА В 2009 Г.

ТАБЛИЦА 9. СООТНОШЕНИЕ ИМПОРТА И ЭКСПОРТА ПРОДУКЦИИ, 2009 Г.

Направление	кг	кг (%)	\$	\$(%)

Источник: таможенная база РФ за 2009 год

.....

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В СТРУКТУРЕ ИМПОРТА-ЭКСПОРТА

.....



КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ

КОНКУРЕНЦИЯ МЕЖДУ КРУПНЕЙШИМИ ПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ РЫНКА

ОПИСАНИЕ ПРОФИЛЕЙ КРУПНЕЙШИХ КОМПАНИЙ

В данном разделе рассматриваются профили следующих игроков:

- ЗАО Микояновский мясокомбинат
- Черкизовский МПЗ
- Мясокомбинат «Клинский»
- ОАО «Останкинский МПК»
- ОАО «Царицыно»
- Мясокомбинат «Велком»

МИКОЯНОВСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ

-

ГРУППА ЧЕРКИЗОВО

-

ГРУППА ПРОДО (КЛИНСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ)

- ...

ОАО «ОСТАНКИНСКИЙ МЯСОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИЙ КОМБИНАТ»

- ...

ГК ЦАРИЦЫНО (ОАО «ЦАРИЦЫНО»)

....

МЯСОКОМБИНАТ «ВЕЛКОМ»

....

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КРУПНЕЙШИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ

Представим основные факты, полученные выше, в табличном виде:



ТАБЛИЦА 10. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ИГРОКОВ РЫНКА ПО ОСНОВНЫМ ПАРАМЕТРАМ

Компании	Ассортимент продукции	Географический охват	Доля на Рынке	Бренды	Конкурентные преимущества

Источник: ГК Step by Step, 2010 г.

РЕЗЮМЕ

-

ТЕНДЕНЦИИ В НАПРАВЛЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ МЕЖДУ КРУПНЕЙШИМИ ПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ

.....

СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ ПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ

.....

КОНКУРЕНЦИЯ В ОПТОВОМ СЕКТОРЕ РЫНКА

Крупные дистрибьюторы Рынка. Описание профилей компаний

Выбор компаний для проведения конкурентного анализа обоснован частотой их упоминания в открытых источниках (Интернете) при запросе информации, связанной с оптовой продажей колбасных изделий.

В данном разделе представлены профили следующих компаний:

- Торговый дом «Колбасный мир»
- ООО Росард
- ООО Ваши Колбасы
- ООО «Бизнес Альянс»
- ООО «Партнер-М»

ТОРГОВЫЙ ДОМ «КОЛБАСНЫЙ МИР»

...



ООО РОСАРД

...

ООО «ВАШИ КОЛБАСЫ»

...

ООО «БИЗНЕС АЛЬЯНС»

...

ООО «ПАРТНЕР-М»

...

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КРУПНЫХ ДИСТРИБЬЮТОРОВ И ОПТОВЫХ КОМПАНИЙ ПО ОСНОВНЫМ ПАРАМЕТРАМ

ТАБЛИЦА 11. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КРУПНЫХ ДИСТРИБЬЮТОРОВ И
ОПТОВЫХ КОМПАНИЙ ПО ОСНОВНЫМ ПАРАМЕТРАМ

Компании	Ассортимент продукции	Географический охват	Сильные стороны

Источник: ГК Step by Step, 2010 г.

РЕЗЮМЕ

Проведенный анализ показал, что важным «ассортиментным» параметром конкуренции среди оптовых компаний является **представленность продукции различных заводов – изготовителей**. Чем крупнее компания, тем больше наименований торговых марок присутствует в ее ассортименте.

Крупнейшие оптовые компании располагаются, главным образом в Москве, откуда ведется реализация продукции во все регионы России.



Продукция крупнейших комбинатов представлена, практически, во всех оптовых компаниях, которые предлагают клиентам высокий уровень сервиса, развивая собственную инфраструктуру.

ТЕНДЕНЦИИ В НАПРАВЛЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ МЕЖДУ КРУПНЕЙШИМИ ДИСТРИБЬЮТОРАМИ ПРОДУКЦИИ

- ...

КОНКУРЕНЦИЯ МЕЖДУ КРУПНЕЙШИМИ КОМПАНИЯМИ РОЗНИЧНОГО СЕКТОРА

ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ КОНКУРЕНЦИИ

-

ОПИСАНИЕ ПРОФИЛЕЙ КРУПНЕЙШИХ КОМПАНИЙ

X5 RETAIL GROUP («ПЯТЕРОЧКА», «ПЕРЕКРЕСТОК»)

-

ОАО «МАГНИТ» (ТОРГОВАЯ СЕТЬ «МАГНИТ»)

-

METRO GROUP (ТОРГОВАЯ СЕТЬ «METRO CASH&CARRY», «REAL»)

.....

ООО «АШАН» (ТОРГОВАЯ СЕТЬ «АШАН»)

-

ООО «ЛЕНТА» (ТОРГОВАЯ СЕТЬ «ЛЕНТА»)

....

ОАО «ДИКСИ Групп» (ТОРГОВЫЕ СЕТИ «ДИКСИ», «МЕГАМАРТ», «МИНИМАРТ»)

....

ОАО «ТД «КОПЕЙКА» (ТОРГОВАЯ СЕТЬ «КОПЕЙКА»)

-



ГК «ВИКТОРИЯ» (ТОРГОВАЯ СЕТЬ «ВИКТОРИЯ», «КВАРТАЛ», «ДЕШЕВО»)

....

ООО «О'КЕЙ» (ТОРГОВЫЕ СЕТИ «О'КЕЙ» «О'КЕЙ - ЭКСПРЕСС»)

• ...

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КРУПНЕЙШИХ СЕТЕВЫХ РОЗНИЧНЫХ КОМПАНИЙ ПО ОСНОВНЫМ ОПИСАТЕЛЬНЫМ ПАРАМЕТРАМ И СТРАТЕГИЯМ ИХ РАЗВИТИЯ

Приведем данные в табличный вид.



ТАБЛИЦА 12. ОСНОВНЫЕ СЕТЕВЫЕ РОЗНИЧНЫЕ КОМПАНИИ

Основные игроки	Объем продаж в 2009 г.,	Кол-во магазинов	Формат магазина	Основные методы продвижения	Планы развития

Источник: ГК Step by Step

Группа Компаний Step by Step

г. Москва, ул. Николаямская, д. 29, стр. 1, 3 этаж
Тел. 915-77-20 www.step-by-step.ru



ВЛИЯНИЕ КРИЗИСА НА РАЗВИТИЕ РОССИЙСКОГО РИТЕЙЛА

.....

ТЕНДЕНЦИИ В НАПРАВЛЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ МЕЖДУ КРУПНЕЙШИМИ РОЗНИЧНЫМИ СЕТЯМИ

.....

АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

ОПИСАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

СЕГМЕНТАЦИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ С ОПИСАНИЕМ И КОЛИЧЕСТВЕННОЙ ОЦЕНКОЙ СЕГМЕНТОВ

B2C рынки:

Наибольшую долю на колбасном рынке, несомненно, занимает сегмент B2C. Данный факт обоснован тем, что колбасных являются практически повседневной продукцией для значительной части россиян.

B2B рынки:

Среди покупателей колбасных изделий на рынке B2B можно выделить две группы потребителей:

- ресторанный бизнес (кафе, рестораны, бары),
- пиццерии.

....

ОПИСАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В СЕГМЕНТЕ B2C

По данным компании Capital Research Group, по частоте потребления можно выделить несколько групп потребителей колбасных изделий:

- ...

...

..

Таблица 13. Психографические типы потребителей мясной продукции

Название группы	Характер потребления. Покупательское поведение

--	--

Источник: ...

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ

По данным Комитета по сельскому хозяйству и продовольствию Администрации Волгоградской области критериями выбора мяскоколбасной продукции являются:

- свежесть
- вкусовые качества
- стоимость продукции.

...

ОПИСАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В СЕГМЕНТЕ B2B

...

Таблица 14. ХАРАКТЕРИСТИКИ ПОСТАВЩИКА

Характеристика поставщика	Позиция

Источник: ...

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ СЕГМЕНТЕ

...

ОБОБЩАЮЩИЕ ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РАЗВИТИЕ 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 15. STEP-анализ Рынка

Факторы внешней среды	Степень влияния факторов
•	
•	

Источник: ГК Step by Step, 2010 г.

АНАЛИЗ РИСКОВ

В настоящее время среди основных рисков исследуемого Рынка следует отметить:

Таблица 16. Риски на Рынке

Риски	Меры по снижению рисков

Источник: ГК Step by Step, 2010 г.

ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА

ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА УПАКОВКИ ДЛЯ КОЛБАСНЫХ ИЗДЕЛИЙ

...

ТЕНДЕНЦИИ В СЕГМЕНТАХ РАЗЛИЧНЫХ ВИДОВ ПРОДУКЦИИ

- ...

ТЕНДЕНЦИИ В ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ СЕГМЕНТАХ ПРОДУКЦИИ

-

ТЕНДЕНЦИИ В СЕГМЕНТАХ УПАКОВКИ

- ...

ТЕНДЕНЦИИ В ЦЕНОВЫХ СЕГМЕНТАХ

- ...

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В СТРУКТУРЕ ИМПОРТА-ЭКСПОРТА

.....

ТЕНДЕНЦИИ В НАПРАВЛЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ МЕЖДУ КРУПНЕЙШИМИ ПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ

.....

ТЕНДЕНЦИИ В НАПРАВЛЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ МЕЖДУ КРУПНЕЙШИМИ ДИСТРИБЬЮТОРАМИ ПРОДУКЦИИ

-

Маркетинговое Агентство Step by Step

г. Москва, ул. Николаямская, д. 29, 3-й этаж
Тел. (495)915-39-69, (495)760-5073 www.step-by-step.ru



По поводу приобретения готовых аналитических отчетов МА 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