Маркетинговое Агентство Step by Step
109004, г. Москва, Николоямский пер. д.3А, стр.2
Тел. +7 (495) 912-48-17, +7 (985) 760-50-73, www.step-by-step.ru

Название отчета	**КАБИНЕТНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РОССИЙСКОГО РЫНКА СУХОГО МОЛОКА**
Название компании-исполнителя	Группа компаний Step by Step
Дата выхода отчета	22.04.2013
Количество страниц	88 стр.
Язык отчета	русский
Стоимость (руб.)	25 000 руб.
Полное описание отчета (цель, методы, структура, источники информации, выдержки из текста, графическая информация, диаграммы-примеры и т.п.) – не более 2-х стр.А4	**Цель исследования**: анализ текущей ситуации на рынке **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 • Выявление основных тенденций Рынка • Описание потребителей на Рынке **Выдержки из исследования:** Объем производства сухого молока с 2005 по 2011 год сократился с …. тыс. тонн в 2005 году до …. тыс. тонн в 2012 году. Максимальный объем производства сухого молока в РФ в 2005-2012 годах наблюдался в 2007 году и составил …. тыс. тонн. В товарной структуре производства молока и сливок в твердых формах в 2012 году основной объем производства приходился на молоко сухое гранулированное (….%), молоко сухое для питания детей раннего возраста (….%) – составив в общей сложности …. тыс. тонн. Наибольший объем производства молока и сливок в твердых формах в 2012 году приходился на июнь - …. тыс. тонн, наименьший на ноябрь – …. тыс. тонн. Общий объем импорта в 2012 году составил …. тыс. тонн, а в стоимостном выражении …. млн. USD.
Подробное оглавление/содержание отчета	1 **Введение** **5** 2 **Глоссарий** **6** 3 **Методологическая часть** **8** 3.1 *Описание типа исследования* *8* 3.2 *Объект исследования* *8* 3.3 *Цели и задачи исследования* *8* 3.4 *География исследования* *8* 3.5 *Время проведения исследования* *8* 3.6 *Методы сбора данных* *8* 4 **Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок** **10** 4.1 *Общеэкономическая ситуация в России* 10 4.1.1 Динамика валового внутреннего продукта 10 4.1.2 Промышленное производство 11 4.1.3 Уровень инфляции 12 4.1.4 Уровень доходов населения 13 4.1.5 Розничная торговля 13 4.1.6 Инвестиции 14 4.1.7 Влияние макроэкономических факторов на развитие рынка сухого молока 15

4.2	*Описание отрасли*		*16*
4.3	*Пищевая промышленность (Производство пищевых продуктов)*		*16*
	4.3.1	Тенденции в пищевой промышленности	19
4.4	*Описание влияющих Рынков*		*20*
	4.4.1	Рынок молока	20
4.5	*Описание смежных рынков*		*27*
	4.5.1	Рынок сгущенного молока	27
5	**Сегментация рынка**		**33**
5.1	*Сегментирование продукции на рынке*		*33*
	5.1.1	Сегментирование по виду	33
	5.1.2	Сегментирование по видам упаковки	33
	5.1.3	Тенденции в различных рыночных сегментах	34
5.2	*Основные принципы ценообразования*		*34*
	5.2.1	Ценовое сегментирование Продукции	34
	5.2.2	Тенденции в ценовых сегментах	34
6	**Основные количественные характеристики рынка**		**35**
6.1	*Основные показатели российского производства*		*35*
6.2	*Динамика развития рынка. Объем и темпы роста*		*37*
6.3	*Прогноз развития рынка*		*37*
6.4	*Влияние сезонности на Рынок*		*38*
6.5	*Анализ внешней торговли*		*39*
	6.5.1	Оборот и структура внешней торговли	40
	6.5.2	Импорт	40
	6.5.3	Экспорт	41
	6.5.4	Основные тенденции внешней торговли	41
7	**Сбытовая структура Рынка**		**42**
7.1	*Цепочка движения товара*		*42*
7.2	*Краткое описание основных сегментов участников Рынка*		*42*
	7.2.1	Производители Продукции	42
	7.2.2	Дистрибьюторы продукции	42
	7.2.3	Розничный сектор	42
8	**Конкурентный анализ**		**43**
8.1	*Конкуренция между крупнейшими производителями на рынке*		*43*
	8.1.1	Основные производители	43
	8.1.2	Описание профилей крупнейших компаний	44
	8.1.3	Сравнительная характеристика основных производителей на рынке	45
	8.1.4	Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями	50
8.2	*Конкуренция между крупнейшими дистрибьюторами и оптовыми компаниями*		*51*
	8.2.1	Основные дистрибьюторы	51
	8.2.2	Описание профилей крупнейших компаний	52
8.3	*Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора*		*56*
	8.3.1	Основные розничные компании рынка	56

		8.3.2	Основные параметры конкуренции	57
		8.3.3	Описание профилей крупнейших компаний	58
		8.3.4	Сравнительная характеристика основных розничных компаний на рынке	70
		8.3.5	Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими предприятиями розничного сектора	75
	9	**Анализ потребителей**		**76**
	9.1	*Сегментация потребителей*		*76*
		9.1.1	Потребители в сегменте B2C	76
		9.1.2	Потребители в сегменте B2B	76
	9.2	*Структура потребления Продукции по видам и брендам Продукции*		*76*
	9.3	*Степень активности в потреблении Продукции.*		*77*
	9.4	*Структура осведомленности потребителей о марках и поставщиках Продукции*		*77*
	9.5	*Потребительские предпочтения по: видам, маркам Продукции*		*77*
		Потребительские мотивации и поведение при покупке Продукции		*78*
		9.5.1	Зависимость спроса на продукцию от различных характеристик потребителя. Эластичность спроса.	78
	9.6	*Медиа-предпочтения потребителей*		*78*
	9.7	*Оценка потребительской емкости рынка. Степень насыщения рынка*		*78*
	9.8	*Основные тенденции в потребительском сегменте*		*78*
	10	**Обобщающие выводы по отчету**		**79**
	10.1	*Факторы, влияющие на развитие Рынка*		*79*
		10.1.1	Step-анализ Рынка	82
		10.1.2	Факторы, благоприятствующие развитию Рынка	83
	10.2	*Анализ рисков*		*84*
		10.2.1	Сдерживающие факторы Рынка/анализ рисков	84
	10.3	*Текущая ситуация и перспективы развития рынка*		*86*

Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков

Диаграмма 1. Динамика изменения объема ВВП, 2002-2012 гг., трлн. руб.
Диаграмма 2. Динамика индекса промышленного производства в % к соответствующему периоду предыдущего года, 2012 г. - январь-февраль 2013 г.
Диаграмма 3. Уровень инфляции 2003-2012 гг., %
Диаграмма 4. Динамика реальных располагаемых денежных доходов в % к соответствующему периоду предыдущего года, 2011 – 2012 гг.
Диаграмма 5. Динамика оборота розничной торговли 2012 – 2013гг., млрд. рублей
Диаграмма 6. Динамика инвестиций в основной капитал 2012-2013 гг., млрд. руб.
Диаграмма 7. Объем производства пищевых продуктов, включая напитки и табак, трлн. руб.
Диаграмма 8. Динамика темпов прироста, объемов производства пищевых продуктов в 2002-2011гг., %
Диаграмма 9. Динамика стоимости отгруженных потребителю продуктов питания за январь – октябрь 2011-2012гг., трлн. рублей
Диаграмма 10. Динамика темпов прироста стоимости, отгруженных продуктов питания за 10 месяцев 2012 года к уровню 2011 года, %
Диаграмма 11. Динамика сезонных колебаний, объемов отгрузки продуктов

питания в январе – октябре 2012 года, %
Диаграмма 12. Производство молока во всех хозяйствах РФ в 2002 -2012гг., млн. тонн
Диаграмма 13. Производство молока в сельскохозяйственных организациях в 2002-2012гг., млн. тонн
Диаграмма 14. Производство молока в хозяйствах населения в 2002-2012гг., млн. тонн
Диаграмма 15. Производство молока в крестьянских (фермерских) хозяйствах в 2002-2012гг., млн. тонн
Диаграмма 16. Продуктивность молочного стада в 2005-2011гг.
Диаграмма 17. Динамика средних розничных цен на молоко в 2005-2011гг., %
Диаграмма 18. Объемы производства цельномолочной продукции в России в 2002-2011гг., млн. тонн
Диаграмма 19. Объем производства сгущенного молока в 2002 -2009гг, млн. усл. банок
Диаграмма 20. Структура производства молочных сгущенных продуктов в России, %
Диаграмма 21. Территориальная структура производства сгущенного молока в 1 кв. 2012 года, %
Диаграмма 22. Динамика производства молока и сливок в твердых формах в 2005-2012гг., тыс. тонн
Диаграмма 23. Региональная структура производства молока и сливок в твердых формах, %
Диаграмма 24. Товарная структура производства молока и сливок в твердых формах, %
Диаграмма 25. Сезонная структура производства молока и сливок в твердых формах в 2012 году, тыс. тонн
Таблица 1. Темпы прироста в основной капитал, в % к предыдущему периоду
Таблица 2. Оценка влияния макроэкономических факторов на изучаемый рынок
Таблица 3. Динамика производства молока по регионам РФ в 2009-2011гг. тыс. тонн, %
Таблица 4. Ресурсы и использование молока и молокопродуктов в 2009-2011гг. тыс. тонн
Таблица 5. Динамика средних цен производителей в 2009-2011гг
Таблица 6. Объем производства сгущенного молока в 2010-2012 году
Таблица 7. Динамика объемов производства молока и сливок в твердых формах в январе 2012-2013гг., %
Таблица 8. Исходные и расчетные данные объема российского рынка сухого молока в 2012 году
Таблица 9. Таможенные коды продукции
Таблица 10. Оборот внешней торговли в 2012 г.
Таблица 11. Основные страны-импортеры сухого молока в 2012г.
Таблица 12. Основные страны-экспортеры сухого молока в натуральном и денежном выражении, 2012г.
Таблица 13. Основные производители сухого молока в РФ
Таблица 14. Сравнительная характеристика основных производителей на рынке
Таблица 15. Основные дистрибьюторы рынка сухого молока
Таблица 16. Сравнительная характеристика основных дистрибьюторов на рынке
Таблица 17. Основные сведения об основных розничных компаниях российского рынка кофе в 2012 году
Таблица 18. Анализ параметров конкуренции основных розничных сетей торговцев сухим молоком по сегментации по ценам в 2012 году
Таблица 19. Анализ параметров конкуренции основных розничных сетей торговцев сухим молоком по формату магазинов в 2012 году
Таблица 20. Сравнительная характеристика основных компаний розничного сектора на рынке
Таблица 21. Анализ факторов, влияющих на развитие рынка сухого молока

	Таблица 22. Step-анализ рынка сухого молока Схема 1. Производство сухого молока в системе ОКВЭД
Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба)	В печатном/ электронном формате
Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде)	ГИ_РРСМ_2013.pdf

Маркетинговое Агентство Step by Step **специализируется** в области корпоративного маркетинга. Мы оказываем широкий спектр услуг отделам маркетинга коммерческих компаний, от проведения практически любых исследовательских работ до содействия в реализации маркетинговых планов компании в случае недостатка собственных ресурсов подразделения (например, в связи с открытием нового проекта или крупным мероприятием).

Маркетинговое Агентство Step by Step объединяет в себе такие качества как комплексный подход к задаче, свойственный управленческим консультантам, и владение современными методиками маркетинговых исследований, присущее исследовательским компаниям.

Маркетинговое Агентство Step by Step специализируется на следующих сегментах рынка:

- Рынок промышленных предприятий (Business-to-Business рынок)
- ИТТ – рынок
- Рынок торгово-розничных предприятий
- Рынок отдыха и развлечений
- Рынок предприятий малого бизнеса

Маркетинговое Агентство Step by Step – член **Национальной гильдии профессиональных консультантов, Гильдии маркетологов**, **Международной ассоциации ESOMAR.**