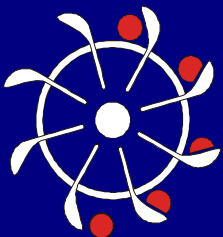


# АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ ПО МАРКЕТИНГОВОМУ ИССЛЕДОВАНИЮ АНАЛИЗ РЫНКА ИЗДЕЛИЙ ИЗ РЫБЫ

## ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

Дата выпуска отчета:  
март 2006 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**

---

**ОГЛАВЛЕНИЕ ДЕМО - ВЕРСИИ**

<b>Аннотация .....</b>	<b>3</b>
Цель исследования.....	3
Описание исследования.....	3
<b>Полное содержание исследования .....</b>	<b>5</b>
<b>Список диграмм .....</b>	<b>7</b>
<b>Список табли .....</b>	<b>9</b>
<b>Выдержки из исследования.....</b>	<b>10</b>
Сегментирование рыбной продукции по технологии производства.....	10
ОАО "Находкинская БАМР" .....	14

## АННОТАЦИЯ

### Цель исследования

Анализ рынка рыбных изделий в России

### ОПИСАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

В исследовании содержится информация следующего характера:

- Описана ситуация на российском рынке рыбных изделий
- Определен объем и емкость рынка рыбных изделий
- Выявлены социально-экономические показатели развития российского рынка рыбных изделий
- Выделены основные производители российского рынка рыбных изделий
- Рассмотрены основные тенденции рынка
- Описаны потребительские предпочтения в потреблении рыбных изделий
- Обозначены возможные проблемы рынка и их причины

### География исследования

Российская Федерация

### Методы сбора информации

Кабинетное исследование.

### Исследование представляет интерес для:

- производителей рыбных изделий
- поставщиков сырья и оборудования для производства рыбных изделий инвесторов, желающих:
- организовать собственное производство рыбных изделий
- создать организацию, занимающуюся дистрибуцией, оптовой торговлей или розничной продажей рыбных изделий
- консалтинговых, маркетинговых, рекламных агентств



**Кол-во страниц:** 74 стр.

**Язык отчета:** русский

**Отчет содержит:** 25 диаграмм, 1 таблиц.

## ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Методологическая часть

Тип исследования

Объект исследования

Цель исследования

Задачи исследования

Географический охват

Временной интервал

Методы сбора данных

Макроэкономические факторы, влияющие на рынок

Описание отрасли

Влияющие рынки. Рыболовство

Рынок упаковки рыбных изделий

Смежные рынки. Рынок мясных изделий

Рынок морепродуктов

Сегментация и структура рынка по основным видам продукции

Сегментирование рыбной продукции по технологии производства

Сегментирование рыбной продукции по потреблению

Виды консервов

Основные количественные характеристики рынка рыбных изделий

Объем рынка и емкость рынка рыбных изделий

Темп роста рынка

Тенденции рынка рыбных изделий

Сбытовая структура рынка лакокрасочных материалов

Сырьевая база

Схема поставки сырья

Объемы российского производства, экспорта, импорта

Российское производство

Экспорт рыбной продукции

Импорт рыбной продукции

Конкурентный анализ

Конкуренция между крупнейшими производителями

Анализ потребителей

Выбор вида рыбопродукции в зависимости от доходов населения

Периодичность приобретения рыбопродукции

Количество приобретаемой продукции

Причины выбора определенной марки

Предпочтительные места покупки рыбопродукции

Обобщающие выводы и рекомендации

Факторы, сдерживающие развитие рынка

Возможные пути решения проблем

## СПИСОК ДИГРАММ

- Диаграмма 1. Вылов рыбы и морепродуктов по федеральным округам
- Диаграмма 2. Улов по видам рыбы в акваториях РФ
- Диаграмма 3. Структура продовольственного потребления белой жести
- Диаграмма 4. Емкость мясного рынка РФ
- Диаграмма 5. Предпочтения потребителей по видам мясной продукции
- Диаграмма 6. Доли видов рыбы от общего объема представленной на продажу на рынке РФ
- Диаграмма 7. Доли рыбы, прошедшей переработку в общем объеме продажи
- Диаграмма 8. Производство охлажденной рыбы по федеральным округам РФ
- Диаграмма 9. Производство живой рыбы по федеральным округам РФ
- Диаграмма 10. Производство мороженой рыбы по федеральным округам РФ
- Диаграмма 11. Производство консервов и пресервов по федеральным округам РФ
- Диаграмма 12. Структура внешнеторгового оборота по рыбной продукции
- Диаграмма 13. Виды экспортированной рыбы
- Диаграмма 14. Экспорт рыбной продукции по странам.
- Диаграмма 15. Экспорт рыбной продукции по российским компаниям.
- Диаграмма 16. Импорт рыбной продукции по странам
- Диаграмма 17. Импорт рыбной продукции по компаниям-импортерам.
- Диаграмма 18. Виды рыбы, импортируемой из Норвегии
- Диаграмма 19. Виды импортируемой рыбы в Россию
- Диаграмма 20. Структура потребления продуктов рыбопереработки
- Диаграмма 21. Предпочтение потребителей по видам и упаковке рыбопродукции
- Диаграмма 22. Частота покупки упакованной рыбопродукции
- Диаграмма 23. Количество упаковок рыбопродукции, приобретаемой за 1 раз
- Диаграмма 24. Критерии выбора упакованной рыбопродукции определенной марки



Диаграмма 25. Предпочтения потребителей упакованной рыбопродукции по местам покупки





**СПИСОК ТАБЛИЦ**

Таблица 1. Производство рыбной продукции на территории РФ

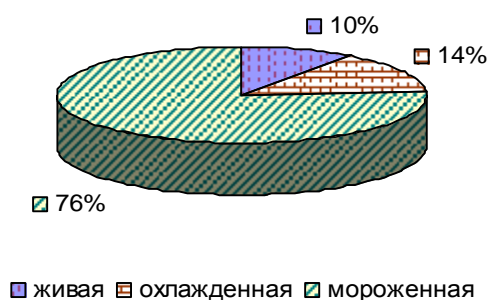
## ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

### СЕГМЕНТИРОВАНИЕ РЫБНОЙ ПРОДУКЦИИ ПО ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА.

На российском рынке представлена живая, охлажденная и мороженая рыба в соотношении соответственно 10, 14 и 76%.

Высоко ценится рыба в охлажденном виде. Выловленную рыбу потрошат, упаковывают в коробки и засыпают льдом. При температуре от 0 до +30 она может храниться 10-12 дней. Основными ее заказчиками являются рестораны. Однако число людей, потребляющих охлажденную рыбу, по мнению экспертов, будет расти. В ней сохраняется намного больше полезных веществ, чем в замороженной, а это веский довод для приверженцев здорового питания. Есть и чисто экономический аспект, позволяющий ожидать роста потребления охлажденной рыбы. По данным, представленным на сайте [www.fishres.ru](http://www.fishres.ru), цены на охлажденную и замороженную рыбу одинаковы только в тех компаниях, которые доставляют из-за рубежа исключительно один вид рыбы автотранспортом. В компаниях, предлагающих широкий ассортимент, цены на охлажденную рыбу выше, чем на мороженую, поскольку она доставляется самолетом.

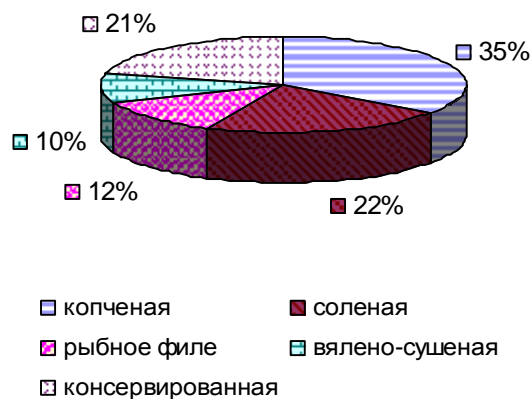
### ДИАГРАММА 1. ДОЛИ ВИДОВ РЫБЫ ОТ ОБЩЕГО ОБЪЕМА ПРЕДСТАВЛЕННЫХ НА ПРОДАЖУ НА РЫНКЕ РФ, 2004г.



Значительную долю занимает продукция в переработанном виде - рыбное филе, копченая, соленая, консервированная рыба. При росте благосостояния возрастает потребление рыбы, но самый значительный рост ожидается именно в потреблении рыбы, прошедшей переработку.

**Копченая рыба и соленая** составляют 35 и 22% соответственно в объеме продаж, а **рыбное филе и вялено-сушеная рыба** соответственно 12 и 10%. **Рынок консервированной рыбы (21%)** имеет одну особенность. В 2005 году недостаточно было организаций, способных качественно обработать рыбу и привести ее к тому внешнему виду в банке, которого требует покупатель. Поэтому рыба, вылавливаемая отечественными рыбаками, за небольшую цену идет за рубеж и возвращается оттуда через Москву уже в обработанном виде. Или эта же рыба доставляется в Россию как импортная.

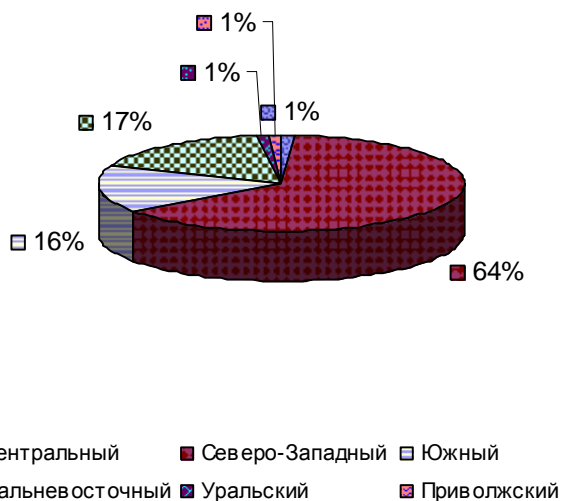
## ДИАГРАММА 2. ДОЛИ РЫБЫ, ПРОШЕДШЕЙ ПЕРЕРАБОТКУ В ОБЩЕМ ОБЪЕМЕ ПРОДАЖ 2004 г.



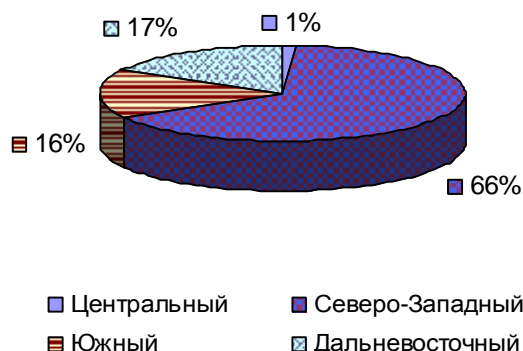
Есть различия в федеральных округах по производству видов рыбной продукции. Большая доля охлажденной рыбы приходится на Северо-Западный и Дальневосточный округа. (Диаграмма 8). Живой рыбы больше производят предприятия Дальневосточного федерального округа (Диаграмма 9). В производстве мороженой рыбы лидирует по стране так же

Дальневосточный округ (Диаграмма 10). А вот в производстве консервов и пресервов отличается прежде всего Северо-Западный округ, а также Дальневосточный и Южный округа (Диаграмма 11).

**ДИАГРАММА 3. ПРОИЗВОДСТВО ОХЛАЖДЕННОЙ РЫБЫ ПО ФЕДЕРАЛЬНЫМ ОКРУГАМ РФ, 2004г.**



## ДИАГРАММА 9. ПРОИЗВОДСТВО ЖИВОЙ РЫБЫ ПО ФЕДЕРАЛЬНЫМ ОКРУГАМ РФ, 2004г.



Источник : [www.akdi.ru](http://www.akdi.ru)

Как видно из представленных диаграмм наибольшая доля рыбной продукции, не требующей в производстве наличия специального и технологичного оборудования (это охлажденная, мороженая, живая), а ориентированная только на близость водных акваторий приходится на Дальневосточный федеральный округ. А вот по производству консервов и пресервов лидирует Северо-Западный федеральный округ, возможно, потому, что спрос на такой вид рыбной продукции в этом округе больше, чем в остальных.

## ОАО "Находкинская БАМР"

ОАО "Находкинская БАМР" (Находкинская База Активного Морского Рыболовства, Находка, Приморский край) является крупнейшей рыболовецкой базой в России. Компания владеет флотом из 37 рыболовецких судов. Собственного производства по глубокой переработке рыбы и морепродуктов у компании нет. Доля НБАМР в общей добыче рыбы по Дальневосточному бассейну в 2002 году составила 8,4% (140 тыс. т). Выручка компании от продаж в 2002 году составила около \$60 млн, чистая прибыль — \$1,7 млн. До недавнего времени крупнейшими акционерами НБАМР были ЗАО "Акция" (22,69%), ООО "Испытательный центр качества — ТЕСТрф" (6,84%), Дальневосточная



рыболовная компания (5,5%), ООО "Эксперт" (11 %), благотворительный фонд "Ветеран" (14,68%) и частный акционер Эдуард Кочетов (5,13%). Остальные бумаги были распределены между работниками предприятия.

Крупнейшая металлургическая компания России — **"Евразхолдинг"** — **приобрела рыболовецкое предприятие ОАО "Находкинская база активного морского рыболовства"**. Сумма этой сделки составила около \$20 млн. *(Источник: «Коммерсант», 2005 год.)* В самой компании эту покупку объясняют интересом к прибыльным активам, а также тем, что "Евразхолдинг" намерен расширить свое присутствие в Дальневосточном регионе.

По данным того же источника аффилированная с "Евразхолдингом" компания "Дальинвестгрупп" приобрела 50% акций базы (65% голосующих) у местных компаний. Как заявил глава департамента связей с общественностью холдинга Александр Карлашов, это приобретение объясняется тем, что "компания оценила этот бизнес как эффективный привлекательный". "Мы уже присутствуем в Находке и хорошо зарекомендовали там себя(поэтому совершенно логично выглядит желание укрепить свое присутствие в регионе" отметил господин Карлашов. *(Источник : «Коммерсант», 2005 год.)*



Маркетинговое Агентство Step by Step работает на рынке маркетинговых услуг 5 лет. Сегодня мы активные участники следующих **рынков**:

- Рынок недвижимости
- Рынок торговой недвижимости
- Рынок торговых предприятий
- Рынок промышленных предприятий
- Рынок HoReCa
- ИТ-рынок

Готовые инициативные исследования занимают в портфеле нашего Агентства значительную долю. На сегодняшний день мы являемся лидерами рынка инициативных исследований. В портфеле Маркетингового Агентства 100 готовых исследований (с каждым днем их количество увеличивается) по ключевым направлениям работы Агентства, а так же по многим перспективным и развивающимся рынкам.

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:

- Услугу «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, Медialog, Алькотрейдинг, ассоциации экспортеров Бразилии (APEX), ЗАО «Детский мир», АРТ-Билдинг и многие другие.