|  |  |
| --- | --- |
| **Название отчета** | **РОССИЙСКИЙ РЫНОК МЯСНЫХ КОНСЕРВОВ 2018 ПРОГНОЗ РЫНКА ДО 2020 (ВЫПУСК 4)** |
| Название компании-исполнителя | Маркетинговое Агентство Step by Step |
| Дата выхода отчета  | 12.04.2018 |
| Количество страниц | 112 стр. |
| Язык отчета | русский |
| Стоимость (руб.) | 35 000 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 мясных консервов.**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

Описание типа исследования:Данный отчет написан по результатам кабинетного исследования. Кабинетное исследование представляет собой вид качественного маркетингового исследования, направленного на поиск и анализ данных, содержащихся в открытых источниках информации.**Выдержки из исследования:**…Объем российского производства мясных консервов заметно снизился в 2017 году, спад составил …% по сравнению с прошлым годом, объем составил ….усл. банок. Наибольшая доля консервов (….%) производится в ….. федеральном округе. С 2015 года показатели общего объема производства консервов снижаются. В 2016 году спад сменил на рост сегмент ветчинных консервов, рост составил ….% по сравнению с прошлым годом, объем составил … усл. банок. В 2016 году наибольший спад показал сегмент паштетных консервов на …% второй год подряд, объем производства снизился до ….. усл. банок за год. Сегмент кусковых консервов (тушенки) сократил падение, которое в 2016 году составило ….%, объем производства составил …... усл. банок.Рост объема розничных продаж в 2017 году составил ….% в стоимостном выражении, объем составил …... рублей. С учетом инфляции в размере ….% можно говорить о росте розничных продаж в натуральном выражении в размере ….%%. Наибольшая доля в объеме розничных продаж приходится на …. федеральный округ, его доля составляет ….% в общем объеме продаж.В 2014 году рост продаж мясных консервов в натуральном выражении сменился на спад. Наибольшее падение произошло в 2015 году и составило -….%. В 2016 году спад снизился до -….%, в 2017 опять увеличился до -….% (оценочно). Наибольшие доли на прилавках розничных магазинов занимают мясные консервы из говядины, свинины и мяса птицы, их доли составляют ….%, ….% и ….% соответственно.Средняя стоимость мясных консервов по России ежегодно увеличивалась на протяжении последних лет. Наибольший прирост отмечен в 2015 году – …% до значения …. руб./350 гр. К январю 2018 темп роста снизился до …..%.….. |
| Подробное оглавление/содержание отчета |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | **Содержание** |  |
| 2 | **Введение** | **5** |
| 3 | **Методологическая часть** | **6** |
|  | 3.1 | *Описание типа исследования* | *6* |
|  | 3.2 | *Объект исследования* | *6* |
|  | 3.3 | *Цели и задачи исследования* | *6* |
|  | 3.4 | *География исследования* | *6* |
|  | 3.5 | *Время проведения исследования* | *6* |
|  | 3.6 | *Методы сбора данных* | *7* |
| 4 | **Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок** | **8** |
|  | 4.1 | *Описание отрасли* | *15* |
|  |  | 4.1.1 | Основные показатели пищевой промышленности России | 15 |
|  |  | 4.1.2 | Основные финансовые показатели отрасли | 16 |
|  | 4.2 | *Прогноз развития пищевой отрасли* | *18* |
|  | 4.3 | *Описание влияющих Рынков. Рынок мяса* | *19* |
| 5 | **Сегментация рынка** | **23** |
|  | 5.1 | *Основные определения* | *23* |
|  | 5.2 | *Сегментирование продукции на рынке* | *24* |
|  |  | 5.2.2 | Сегментирование по основным наименованиям | 24 |
|  |  | 5.2.3 | Сегментирование по технологии производства | 25 |
|  |  | 5.2.4 | Сегментирование по видам упаковки | 27 |
|  |  | 5.2.5 | Тенденции в различных рыночных сегментах | 28 |
|  |  | 5.2.6 | Тенденции в сегментах упаковки | 28 |
|  | 5.3 | *Основные принципы ценообразования* | *30* |
|  |  | 5.3.1 | Ценовое сегментирование Продукции | 31 |
|  |  | 5.3.2 | Тенденции в ценовых сегментах | 31 |
| 6 | **Основные количественные характеристики рынка** | **33** |
|  | 6.1 | *Основные показатели российского производства* | *33* |
|  | 6.2 | *Динамика развития рынка. Объем и темпы роста* | *35* |
|  | 6.3 | *Тенденции рынка мясных консервов* | *37* |
|  | 6.4 | *Прогноз развития рынка до 2020 года* | *37* |
|  | 6.5 | *Влияние сезонности на Рынок* | *38* |
|  | 6.6 | *Анализ внешней торговли* | *39* |
|  |  | 6.6.1 | Структура внешней торговли | 40 |
|  |  | 6.6.2 | Импорт | 41 |
|  |  | 6.6.3 | Экспорт | 43 |
|  |  | 6.6.4 | Основные тенденции во внешней торговле | 46 |
| 7 | **Сбытовая структура Рынка** | **51** |
|  | 7.1 | *Цепочка движения товара* | *51* |
|  | 7.2 | *Краткое описание основных сегментов участников Рынка* | *52* |
|  |  | 7.2.1 | Производители Продукции | 52 |
|  |  | 7.2.2 | Розничный сектор | 52 |
| 8 | **Конкурентный анализ** | **54** |
|  | 8.1 | *Конкуренция между крупнейшими производителями на рынке* | *54* |
|  |  | 8.1.1 | Основные параметры конкуренции | 54 |
|  |  | 8.1.2 | Описание профилей крупнейших компаний | 54 |
|  |  | 8.1.3 | АПХ «ОВА» | 54 |
|  |  | 8.1.4 | «Главпродукт» ЗАО | 62 |
|  |  | 8.1.5 | ЗАО «Йошкар-Олинский мясокомбинат» | 64 |
|  |  | 8.1.6 | «Гипар»  | 69 |
|  |  | 8.1.7 | ОАО «Рузком» | 71 |
|  |  | 8.1.8 | Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями | 78 |
| 9 | **Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора** | **79** |
|  |  | 9.1.1 | Основные параметры конкуренции | 79 |
|  |  | 9.1.2 | Описание профилей крупнейших компаний | 80 |
| 10 | **Сравнительная характеристика основных розничных компаний на рынке** | 90 |
|  |  | 10.1.1 | Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими предприятиями розничного сектора | 97 |
| 11 | **Анализ потребителей** | **99** |
|  | 11.1 | *Сегментация потребителей* | *99* |
|  |  | 11.1.1 | Потребители в сегменте B2C | 99 |
|  | 11.2 | *Потребительские предпочтения по: видам, маркам Продукции* | *100* |
|  | 11.3 | *Медиа-предпочтения потребителей (отношение к источникам и формам рекламы Продукции)* | *106* |
|  | 11.4 | *Основные тенденции в потребительском сегменте* | *106* |
| 12 | **Обобщающие выводы по отчету** | **108** |
|  | 12.1 | *Факторы, влияющие на развитие Рынка* | *108* |
|  |  | 12.1.1 | Step-анализ Рынка | 108 |
| 13 | **Факторы, благоприятствующие развитию Рынка** | 109 |
| 14 | ***Анализ рисков*** | *109* |
| 15 | **Сдерживающие факторы Рынка/анализ рисков** | 111 |
|  | 15.1 | *Текущая ситуация и перспективы развития рынка* | *111* |

 |
| Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков | Диаграмма 1. Динамика ВВП в текущих ценах, 2014-2016 гг. и 2017 – 2019 гг прогноз, трлн. руб.Диаграмма 2. Темпы роста промышленного производства, 2011-2017 гг. (прогноз), %Диаграмма 3. Динамика объема инвестиций в основной капитал, 2010-2016 гг., трлн руб., %Диаграмма 4. Инфляция в 2011-2017 гг. (прогноз), %Диаграмма 5. Динамика оборота розничной торговли, 2011-2016 гг. и 9 мес. 2017 г., трлн руб.Диаграмма 6. Среднедушевые денежные доходы населения 2011 – 2016 гг., руб.Диаграмма 7. Среднедушевые денежные доходы населения январь-сентябрь 2017г. и прогноз до конца года, руб.Диаграмма 8. Динамика производства пищевых продуктов, включая напитки, и табака 2014-2016 гг. (в % к среднемесячному значению к 2013 году).Диаграмма 9. Динамика основного финансового показателя в отрасли 2013-2015 гг., тыс руб.Диаграмма 10. Динамика рентабельности продаж в пищевой промышленности 2013-2015 гг., %Диаграмма 11. Представленность мясных консервов в розничных магазинах по видам сырья, 2018г., %Диаграмма 12. Объем производства мясных консервов в РФ 2010-2017 гг., млн. усл. банокДиаграмма 13. Объем производства мясных консервов в разрезе федеральных округов, 2017 г., %Диаграмма 14. Объем розничных продаж мясными консервами, 2012-2017 гг., млрд. руб., %Диаграмма 15. Объем розничных продаж в разрезе регионов, 2017г., %Диаграмма 16. Объем розничных продаж мясных консервов в натуральном выражении 2005, 2010, 2014-2017 гг., млн. усл. банок, %Диаграмма 17. Прогноз развития рынка мясных консервов 2018-2020 гг, млн. усл. банок, %Диаграмма 18. Объем продаж мясных консервов поквартально, 2017 г., тыс. руб.Диаграмма 19. Соотношение мясных консервов и паштетов в импорте, 2016г., %Диаграмма 20. Соотношение мясных консервов и паштетов в экспорте, 2016г., %Диаграмма 21. Объем импорта готовых и консервированных продуктов из мяса в натуральном выражении 2013-2017 гг., тыс. тонн, %Диаграмма 22. Объем импорта готовых и консервированных продуктов из мяса в стоимостном выражении 2013-2017 гг., млн. долл, %Диаграмма 23. Объем экспорта готовых и консервированных продуктов из мяса в натуральном выражении 2013-2017 гг., тыс. тонн, %Диаграмма 24. Объем экспорта готовых и консервированных продуктов из мяса в стоимостном выражении 2013-2017 гг., млн. долл., %Диаграмма 25. Частота потребления мясных консервовДиаграмма 26. Виды потребляемых мясных консервовДиаграмма 27. Критерии выбора мясных консервовДиаграмма 28. Предпочтения видов упаковки мясных консервовТаблица 1. Средняя стоимость мясных консервов в России в 2013-2018 гг., руб./банка 350 гр.Таблица 2. Средние цены производителей мясных консервов на внутреннем рынке и на экспорт, 2017-2018гг., руб./тыс. усл. банокТаблица 3. Российское производство консервов мясных и мясорастительных, 2012 - 2017 гг., млн. усл. банокТаблица 4. Таможенные коды продукцииТаблица 5. Объем импорта и экспорта в 2016 г.Таблица 6. Основные страны-импортеры мясных консервов и паштетов в 2016 г.Таблица 7. Основные страны-производители мясных консервов и паштетов в натуральном и денежном выражении, 2016г.Таблица 8. Основные фирмы-производители мясных консервов и паштетов в натуральном и денежном выражении, 2016г.Таблица 9. Основные торговые знаки мясных консервов и паштетов в натуральном и денежном выражении, 2016г.Таблица 10. Основные страны-экспортеры мясных консервов и паштетов в натуральном и денежном выражении, 2016г.Таблица 11. Основные страны-производители экспорта мясных консервов и паштетов в натуральном и денежном выражении, 2016г.Таблица 12. Основные фирмы-производители мясных консервов и паштетов экспорта в натуральном и денежном выражении, 2016г.Таблица 13. Основные торговые марки мясных консервов и паштетов экспорта в натуральном и денежном выражении, 2016г.Таблица 14. Сравнительная характеристика крупнейших производителей мясных консервов (Часть 1)Таблица 15. Сравнительная характеристика крупнейших производителей мясных консервов (Часть 2)Таблица 16. Основные розничные торговые точки на рынке растительного маслаТаблица 17. Анализ параметров конкуренции основных розничных сетейТаблица 18. Анализ параметров конкуренции основных розничных сетей по формату магазиновТаблица 19. Сравнительная характеристика основных компаний розничного сектора на рынкеТаблица 20. Объем потребления мясных консервов в России в 2011 – 2016Таблица 21. STEP-анализ рынкаТаблица 22. Возможные риски на рынке специй, приправ и пряностейСхема 1. Ценовое сегментирование тушенки из говядины в разрезе брендовСхема 2. Цепочка движения товара |
| Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба) | В печатном/ электронном формате |
| Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде) | ГИ мясные консервы 2018.pdf |

[Маркетинговое Агентство Step by Step](http://www.step-by-step.ru/) **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](http://www.step-by-step.ru/) 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](http://www.step-by-step.ru/) 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](http://www.step-by-step.ru/) – член **Национальной гильдии профессиональных консультантов, Гильдии маркетологов**, **Международной ассоциации ESOMAR.**