|  |  |
| --- | --- |
| **Название отчета** | **РОССИЙСКИЙ РЫНОК МУЧНЫХ КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ 2018 ПРОГНОЗ ДО 2022 ГОДА. (ВЫПУСК 9)** |
| Название компании-исполнителя | Маркетинговое Агентство Step by Step |
| Дата выхода отчета  | 12.05.2018 |
| Количество страниц | 133 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 мучных кондитерских изделий.**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 производства кондитерских изделий ежегодно возрастает, в 2017 году темп прироста увеличился до …%. Объем производства составил по итогам 2017г. …. тонн. В 2017 году доля мучных кондитерских изделий увеличилась с …% до …..% от общего объема производства кондитерских изделий. По результатам 2017г. объем продаж кондитерских изделий составляет …. руб., что на ….% больше показателя 2016 года. Однако темп прироста объема розничных продаж КИ с 2015 года падает. Объем производства муки в России изменяется неравномерными темпами – в 2017 году показатель составляет …. тонн, что на ….% больше, чем в 2016 году. В 2017 году стоимость тонны муки сократилась на …% до …. руб.Объем производства сахаристых изделий практически равен показателю по МК изделиям, однако, из-за более низкой стоимости мучных изделий на данный момент сахаристые изделия не способны вытеснить из объема потребления россиянами мучные изделия.В 2017 году темп прироста цен на печенье и пряники был практически одинаковым – …% до … руб./кг. на пряники и ..% до …. руб./кг. на печенье. В 2017 году темп прироста цен был практически одинаковым и на другие категории – …% до … руб./кг. на кексы и рулеты и …% до …. руб./кг. на торты.Объем производства мучных кондитерских изделий в 2017 году составил ….. тонн. (+….% к показателю 2016 года). В первые месяцы 2018 года наблюдается рост производства мучных кондитерских изделий длительного хранения.Наибольшую долю (….%) в объеме производства мучных кондитерских изделий занимает сегмент печенья и пряников, в предыдущем году она составляла ….%. Наибольшая часть объема производства мучных кондитерских изделий (увеличилась в 2016 году с …% до …%) производится в … федеральном округе, на втором месте по объемам изготовления – …. федеральный округ (…%), также высокая доля у …. федерального округа (19%). ….. |
| Подробное оглавление/содержание отчета |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | **Содержание** |  |
| 2 | **Введение** | **5** |
| 3 | **Основные определения** | **8** |
| 4 | **Методологическая часть** | **11** |
|  | 4.1 | *Описание типа исследования* | *11* |
|  | 4.2 | *Объект исследования* | *11* |
|  | 4.3 | *Цели и задачи исследования* | *11* |
|  | 4.4 | *География исследования* | *11* |
|  | 4.5 | *Время проведения исследования* | *11* |
|  | 4.6 | *Методы сбора данных* | *12* |
| 5 | **Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок** | **13** |
|  | 5.1 | *Общая экономическая ситуация* | *13* |
|  | 5.2 | *Описание отрасли* | *21* |
|  |  | 5.2.1 | Производство кондитерских изделий | 23 |
|  | 5.3 | *Описание влияющих Рынков* | *27* |
|  |  | 5.3.1 | Рынок муки | 27 |
|  | 5.4 | *Описание смежных Рынков* | *30* |
|  |  | 5.4.1 | Объем производства сахаристых кондитерских изделий в натуральном выражении | 30 |
| 6 | **Сегментация рынка** | **32** |
|  | 6.1 | *Сегментирование продукции на рынке* | *32* |
|  |  | 6.1.1 | Сегментирование продукции по основным наименованиям | 32 |
|  |  | 6.1.2 | Сегментирование по наличию начинки | 33 |
|  |  | 6.1.3 | Сегментирование по способу обработки внешней поверхности | 33 |
|  |  | 6.1.4 | Сегментирование по сроку хранения | 33 |
|  |  | 6.1.5 | Сегментирование по видам упаковки | 33 |
|  | 6.2 | *Тенденции в различных рыночных сегментах* | *34* |
|  | 6.3 | *Основные принципы ценообразования* | *34* |
|  |  | 6.3.1 | Ценовое сегментирование Продукции | 39 |
|  |  | 6.3.2 | Тенденции в ценовых сегментах | 41 |
| 7 | **Основные количественные характеристики рынка** | **42** |
|  | 7.1 | *Основные показатели российского производства* | *42* |
|  |  | 7.1.1 | Динамика развития рынка. Объем и темпы роста | 44 |
|  |  | 7.1.2 | Основные тенденции рынка | 50 |
|  | 7.2 | *Анализ внешней торговли* | *51* |
|  |  | 7.2.1 | Структура внешней торговли | 53 |
|  |  | 7.2.2 | Импорт | 53 |
|  |  | 7.2.3 | Экспорт | 56 |
|  |  | 7.2.4 | Тенденции во внешней торговле | 58 |
|  | 7.3 | *Прогноз развития рынка до 2022 года* | *58* |
|  | 7.4 | *Влияние сезонности на Рынок* | *61* |
| 8 | **Сбытовая структура Рынка** | **62** |
|  | 8.1 | *Цепочка движения товара* | *62* |
|  | 8.2 | *Краткое описание основных сегментов участников Рынка* | *64* |
|  |  | 8.2.1 | Производители Продукции | 64 |
|  |  | 8.2.2 | Дистрибьюторы продукции | 65 |
|  |  | 8.2.3 | Розничный сектор | 65 |
| 9 | **Конкурентный анализ** | **67** |
|  | 9.1 | *Конкуренция между крупнейшими производителями на рынке* | *67* |
|  |  | 9.1.1 | Основные производители | 67 |
|  |  | 9.1.2 | Описание профилей крупнейших компаний | 68 |
|  |  | 9.1.3 | Сравнительная характеристика основных производителей на рынке | 77 |
|  | 9.2 | *Конкуренция между крупнейшими дистрибьюторами и оптовыми компаниями* | *81* |
|  |  | 9.2.1 | Основные дистрибьюторы и оптовые компании | 81 |
|  |  | 9.2.2 | Описание профилей крупнейших компаний | 82 |
|  |  | 9.2.3 | Сравнительная характеристика основных оптовых компаний на рынке | 92 |
|  | 9.3 | *Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора* | *95* |
| 10 | **Описание профилей крупнейших компаний** | 95 |
| 11 | **Сравнительная характеристика основных розничных компаний на рынке** | 108 |
|  |  | 11.1.1 | Тенденции в направлении конкуренции между игроками рынка | 113 |
| 12 | **Анализ потребителей** | **115** |
|  | 12.1 | *Сегментация потребителей* | *115* |
|  |  | 12.1.1 | Потребители в сегменте B2C | 115 |
|  |  | 12.1.2 | Потребители в сегменте B2B | 116 |
|  | 12.2 | *Потребительские предпочтения в сегменте В2С* | *116* |
|  |  | 12.2.1 | Мотивы потребления | 116 |
|  |  | 12.2.2 | Причины предпочтения | 116 |
|  |  | 12.2.3 | Предпочтения по виду продукции | 118 |
|  |  | 12.2.4 | Предпочтения по частоте потребления | 121 |
|  |  | 12.2.5 | Предпочтения по месту покупки | 122 |
|  |  | 12.2.6 | Потребительские предпочтения по брендам продукции | 124 |
|  |  | 12.2.7 | Тенденции в потребительских предпочтениях | 125 |
| 13 | **Обобщающие выводы по отчету** | **126** |
|  | 13.1 | *Факторы, влияющие на развитие Рынка* | *126* |
|  |  | 13.1.1 | Step-анализ Рынка | 126 |
|  |  | 13.1.2 | Факторы, благоприятствующие развитию Рынка | 128 |
|  |  | 13.1.3 | Сдерживающие факторы Рынка/анализ рисков | 130 |
|  | 13.2 | *Текущая ситуация и перспективы развития рынка* | *131* |

 |
| Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков | Диаграмма 1. Динамика ВВП в текущих ценах, 2014-2017 гг. и 2018 – 2019 гг прогноз, трлн. руб.Диаграмма 2. Темпы роста промышленного производства, 2011-2017 гг., %Диаграмма 3. Динамика объема инвестиций в основной капитал, 2010-2017 гг., трлн руб., %Диаграмма 4. Инфляция в 2011-2017 гг., %Диаграмма 5. Динамика оборота розничной торговли, 2011-2017 гг. трлн руб.Диаграмма 6. Среднедушевые денежные доходы населения 2011 – 2017 гг., руб.Диаграмма 7. Среднедушевые денежные доходы населения 2017г. руб.Диаграмма 8. Динамика объема производства b и темпы прироста кондитерских изделий 2013-2017гг., млн. тонн, %Диаграмма 9. Динамика объема розничных продаж кондитерских изделий, 2013-2017 гг., млрд. руб.Диаграмма 10. Объем российского производства муки в 2013 – 2017 гг. в натуральном выражении, млн. тонн %Диаграмма 11. Динамика отпускных цен производителей на пшеничную муку в России в 2013 – 2017 гг., тыс. руб./тонна, %Диаграмма 12. Объем производства какао, шоколада и кондитерских сахаристых изделий в России в натуральном выражении, 2013 – 2017 гг., млн. тонн, %Диаграмма 13. Динамика средней розничной стоимости на печенье и пряники в России в 2013 – 2017 гг., руб./кг., %Диаграмма 14. Динамика средней розничной стоимости на кексы, рулеты и торты в России в 2013 – 2017 гг., руб./кг., %Диаграмма 15. Динамика производства мучных кондитерских изделий 2013-2017гг., тыс. тонн, %Диаграмма 16. Структура объема производства мучных кондитерских изделий в 2016 году в натуральном выражении, %Диаграмма 17. Структура объема производства мучных кондитерских изделий в натуральном выражении в России по регионам в 2016 году, %Диаграмма 18. Динамика объема рынка мучных кондитерских изделий 2013-2017гг. в натуральном выражении, млн. тонн.Диаграмма 19. Динамика объема рынка мучных кондитерских изделий 2013 -2017гг. в денежном выражении, млрд. руб.Диаграмма 20. Структура рынка мучных кондитерских изделий в натуральном выражении в 2017 годуДиаграмма 21. Структура рынка мучных кондитерских изделий в денежном выражении в 2017 годуДиаграмма 22. Расчет прогноза объема рынка мучных кондитерских изделий в натуральном выражении в 2019 – 2022 гг.Диаграмма 23. Прогноз динамики объема рынка мучных кондитерских изделий в натуральном выражении в 2018 – 2022 гг., млн. тонн, %Диаграмма 24. Динамика объема производства кондитерских изделий по месяцам в 2016 г., тыс. тоннДиаграмма 25. Наиболее значимые для потребителей мучных кондитерских изделий критерии выбора продукции, %Диаграмма 26. Наиболее востребованные среди потребителей виды мучных кондитерских изделий, %Диаграмма 27. Ответы респондентов на вопрос «Какие виды печенья вы покупали за последние 12 месяцев?», %Диаграмма 28. Наиболее популярные среди городских жителей виды тортов, %Диаграмма 29. Частота потребления печенья, пряников и вафель потребителями, %Диаграмма 30. Частота покупки тортов потребителями, %Диаграмма 31. Наиболее популярные среди городских потребителей места покупки МКИ в 2016 и 2013 гг., %Диаграмма 32. ТОП-10 наиболее известных производителей тортов в 2013 и 2016 гг., %Таблица 1. Структура розничных продаж кондитерских изделий по регионам РФ в 2017 году в денежном выраженииТаблица 2. Средние цены на основные виды мучных кондитерских изделий в январе - апреле 2018 года по регионам России, руб./кгТаблица 3. Расчет объема российского рынка мучных кондитерских изделий в натуральном и стоимостном выражении в 2013 – 2017 гг.Таблица 4. Таможенные коды продукцииТаблица 5. Объем импорта и экспорта в 2016 г.Таблица 6. Основные страны-импортеры мучных кондитерских изделий в 2016 г.Таблица 7. Основные страны-производители импортируемых мучных кондитерских изделий в натуральном и денежном выражении, 2016г.Таблица 8. Основные компании-производители импортируемых мучных кондитерских изделий в натуральном и денежном выражении, 2016г.Таблица 9. Основные страны-экспортеры мучных кондитерских изделий в натуральном и денежном выражении, 2016г.Таблица 10. Основные страны-производители экспортируемых мучных кондитерских изделий в натуральном и денежном выражении, 2016г.Таблица 11. Основные компании-производители импортируемых мучных кондитерских изделий в натуральном и денежном выражении, 2016г.Таблица 12. Сравнительная характеристика основных производителей мучных кондитерских изделий на рынкеТаблица 13. Сравнительная характеристика основных дистрибьюторов на рынкеТаблица 14. Основные розничные торговые точки на рынкеТаблица 15. Сравнительная характеристика основных компаний розничного сектора на рынкеТаблица 16. Step анализ рынка мучных кондитерских изделийСхема 1. Цепочка движения товара до конечного потребителя |
| Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба) | В печатном/ электронном формате |
| Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде) | ГИ МКИ 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.**