

Название отчета	КАБИНЕТНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РОССИЙСКОГО РЫНКА МЯСНЫХ КОНСЕРВОВ		
Название компании-исполнителя	Группа компаний Step by Step		
Дата выхода отчета	16.01.2014		
Количество страниц	101 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	<p>Цель исследования: анализ текущей ситуации на рынке</p> <p>Задачи исследования:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 <p>Выдержки из исследования: В 2010 году рост рынка сбросил темп с ...%% до ...%%, в связи с ростом доходов населения после кризиса. Объем розничных продаж в 2012 году составил млрд.рублей. Лидером среди производителей мясных консервов является ЗАО компания занимает 21%, на втором месте – 15%, на третьем – 11%. Аналитики рынка считают, что все больше производителей мясных консервов проводят работу по.... Одними из самых перспективных направлений развития рынка эксперты считают... Основной страной-производителем импорта мясных консервов для России являются.....</p>		
Подробное оглавление/содержание отчета	1	Введение	5
	2	Методологическая часть	6
	2.1	<i>Описание типа исследования</i>	6
	2.2	<i>Объект исследования</i>	6
	2.3	<i>Цели и задачи исследования</i>	6
	2.4	<i>География исследования</i>	6
	2.5	<i>Время проведения исследования</i>	6
	2.6	<i>Методы сбора данных</i>	7
	3	Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок	8
	3.1	<i>Динамика валового внутреннего продукта</i>	8
	3.2	<i>Промышленное производство</i>	9
	3.3	<i>Уровень инфляции</i>	10
	3.4	<i>Уровень доходов населения</i>	11
	3.5	<i>Розничная торговля</i>	12
	3.6	<i>Инвестиции</i>	13
	3.7	<i>Описание отрасли</i>	15
	3.8	<i>Описание влияющих Рынков</i>	18
	3.9	<i>Описание смежных рынков</i>	25
	4	Сегментация рынка	29
	4.1	<i>Основные определения</i>	29

	4.2	<i>Сегментирование продукции на рынке</i>	30
		Сегментирование по основным	30
	4.2.1	наименованиям	30
		Сегментирование по технологии	31
	4.2.2	производства	31
	4.2.3	Сегментирование по видам упаковки	33
	4.2.4	Тенденции в различных рыночных сегментах	34
	4.2.5	Тенденции в сегментах упаковки	34
	4.3	<i>Основные принципы ценообразования</i>	35
	4.3.1	Ценовое сегментирование Продукции	35
	4.3.2	Тенденции в ценовых сегментах	36
5		Основные количественные характеристики рынка	37
	5.1	<i>Основные показатели российского производства</i>	37
	5.2	<i>Динамика развития рынка. Объем и темпы роста</i>	37
	5.3	<i>Прогноз развития рынка до 2015 года</i>	38
	5.4	<i>Влияние сезонности на Рынок</i>	39
6		Сбытовая структура Рынка	41
	6.1	<i>Цепочка движения товара</i>	41
	6.2	<i>Краткое описание основных сегментов участников Рынка</i>	42
	6.2.1	Производители Продукции	42
	6.2.2	Розничный сектор	43
7		Объемы импорта и экспорта	45
	7.1	<i>Соотношение импорта и экспорта</i>	45
	7.1.1	Импорт	46
	7.1.2	Экспорт	49
	7.2	<i>Тенденции внешней торговли</i>	52
8		Конкурентный анализ	53
	8.1	<i>Конкуренция между крупнейшими производителями на рынке</i>	53
	8.1.1	Основные параметры конкуренции	53
	8.1.2	Описание профилей крупнейших компаний	53
	8.1.3	АПХ «ОВА»	53
	8.1.4	«Главпродукт» ЗАО	55
	8.1.5	ЗАО «Йошкар-Олинский мясокомбинат»	55
	8.1.6	ООО «Мясомолпрод»	57
	8.1.7	«Гипар»	58
	8.1.8	ОАО «Рузком»	58
	8.1.9	Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями	65
	8.2	<i>Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора</i>	65
	8.2.1	«Х5 Ритейл Групп»	66
	8.2.2	ОАО «Магнит»	71
	8.2.3	ООО «Ашан»	74
	8.2.4	ОАО «ДИКСИ Групп»	77
	8.2.5	МЕТРО Group	81
	8.2.6	ООО «Лента»	82

	8.2.7	ОАО «Седьмой континент»	84
	8.2.8	ООО «О'КЕЙ»	86
	8.2.9	Резюме	92
		Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими компаниями розничного сектора	92
9		Анализ потребителей	93
	9.1	<i>Сегментация потребителей</i>	93
	9.1.1	Потребители в сегменте В2С	93
	9.2	<i>Структура потребления Продукции по видам и брендам Продукции</i>	93
	9.3	<i>Степень активности в потреблении Продукции. Количество Продукции потребляемого одним потребителем за единицу времени</i>	94
	9.4	<i>Потребительские предпочтения по: видам, маркам Продукции</i>	94
	9.5	<i>Медиа-предпочтения потребителей (отношение к источникам и формам рекламы Продукции)</i>	95
	9.6	<i>Основные тенденции в потребительском сегменте</i>	96
10		Обобщающие выводы по отчету	97
	10.1	<i>Факторы, влияющие на развитие Рынка</i>	97
	10.1	Step-анализ Рынка	97
	10.2	Факторы, благоприятствующие развитию Рынка	98
	10.3	Сдерживающие факторы Рынка	98
	10.2	<i>Анализ рисков</i>	98
	10.3	<i>Текущая ситуация и перспективы развития рынка</i>	100
Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков	<p>Диаграмма 1. Динамика изменения объема ВВП, 2002-2014 гг., трлн. руб. Диаграмма 2. Динамика индекса промышленного производства в % к соответствующему периоду предыдущего года, январь-ноябрь 2013 г. Диаграмма 3. Уровень инфляции 2003-2013 гг. (оценка), % Диаграмма 4. Динамика реальных располагаемых денежных доходов в % к соответствующему периоду предыдущего года, 2013 гг. Диаграмма 5. Динамика оборота розничной торговли 2013г., млрд. рублей Диаграмма 6. Динамика инвестиций в основной капитал 2013 г., млрд. руб. Диаграмма 7. Объем отправленных на убой скота и птицы (в живом весе) в хозяйствах всех категорий в разрезе Федеральных округов РФ по итогам 2011-2012 гг., тыс. тонн. Диаграмма 8. Структура рынка мясных полуфабрикатов в натуральном выражении, 2012 г., % Диаграмма 9. Розничная продажа мясных консервов, 2005-2012 гг., млрд.руб. Диаграмма 10. Прогноз развития рынка мясных консервов 2013-2015 гг., млрд.руб. Диаграмма 11. Доли компаний в российском производстве мясных консервов, в денежном выражении, 2011 г., % Таблица 1. Производство основных видов пищевых продуктов, включая напитки, и табака в 2013 году, (тыс. тонн) Таблица 2. Российское производство консервов мясных и мясорастительных, 205-2012 гг., тыс. усл.банок Таблица 3. Коды ТН ВЭД для анализа импорта и экспорта на рынке Таблица 4. Объемы экспорта и импорта мясных консервов, январь-ноябрь 2013г. Таблица 5. Основные страны-импортеры мясных консервов в натуральном и денежном выражении, январь-ноябрь 2013г Таблица 6. Основные страны-производители импорта мясных консервов в натуральном и денежном выражении, январь-ноябрь 2013г.</p>		

	Таблица 7. Основные фирмы-производители импорта, январь-ноябрь 2013 г. Таблица 8. Основные страны-экспортеры мясных консервов в натуральном и денежном выражении, январь-ноябрь 2013г. Таблица 9. Основные страны-экспортеры мясных консервов в натуральном и денежном выражении, январь-ноябрь 2013г. Таблица 10. Основные фирмы-производители экспорта, январь-ноябрь 2013г. Таблица 11. Основные фирмы-производители, привозящие из Калининградской области мясные консервы на основную территорию России, задекларированные в таможенной базе, январь-ноябрь 2013г. Таблица 12. Сравнительная характеристика крупнейших производителей мясных консервов (Часть 1) Таблица 13. Сравнительная характеристика крупнейших производителей мясных консервов (Часть 2) Таблица 14. География деятельности компании «Х5 Ритейл Групп» Таблица 15. Распределение магазинов ОАО «Дикси Групп» по регионам Таблица 16. Основные финансовые показатели с 2009 по 2011 года, тыс. руб. Таблица 17. Финансовые показатели, 2011-2012 гг. Таблица 18. Сравнительная характеристика игроков рынка по основным параметрам Таблица 19. Step-анализ рынка рыбных консервов Таблица 20. Возможные риски рынка Схема 1. 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_2014.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.