

АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ ПО МАРКЕТИНГОВОМУ ИССЛЕДОВАНИЮ

ПЕРСПЕКТИВЫ РЫНКА БАКАЛЕЙНЫХ ИЗДЕЛИЙ В ПЕРИОД КРИЗИСА

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

**Дата выпуска отчета:
декабрь 2008 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.

г. Москва

ОГЛАВЛЕНИЕ

| | |
|---|-----------|
| ОГЛАВЛЕНИЕ | 2 |
| Аннотация | 4 |
| Цель исследования..... | 4 |
| Описание исследования | 4 |
| Полное содержание исследования | 5 |
| Список диаграмм | 9 |
| Список таблиц | 11 |
| Выдержки из исследования | 13 |
| Ценовое сегментирование Продукции..... | 13 |
| Тенденции в ценовых сегментах..... | 15 |
| Объем и емкость Рынка..... | 15 |
| Объем Рынка в натуральном выражении..... | 15 |
| Объем Рынка в денежном выражении..... | 16 |
| Емкость Рынка в натуральном и денежном выражении..... | 16 |
| Темпы роста Рынка | 16 |
| Производители Продукции | 17 |
| Импорт продукции | 18 |
| Импорт пшеницы | 18 |
| Импорт ржи | 19 |
| Экспорт продукции | 19 |
| Экспорт пшеницы | 20 |
| Экспорт ржи | 20 |
| Экспорт ячменя..... | 21 |

| | |
|--|-----------|
| Соотношение экспорта и импорта..... | 21 |
| Конкурентный анализ | 23 |
| Конкуренция между игроками рынка..... | 23 |
| Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями..... | 24 |
| Анализ потребителей..... | 25 |
| Степень активности в потреблении Продукции или Услуги. Количество Продукции потребляемого одним потребителем за единицу времени..... | 25 |
| Потребительские мотивации и поведение при покупке Продукции или Услуги .. | 26 |

АННОТАЦИЯ

Цель исследования

Цель исследования: анализ текущей ситуации на Рынке.

ОПИСАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Задачи исследования:

- Описание макроэкономической ситуации на Рынке
- Выделение основных сегментов Рынка
- Определение объема, емкости и темпов роста Рынка
- Описание структуры Рынка
- Выявление основных игроков на Рынке
- Выявление основных факторов, влияющих на Рынок
- Выявление основных тенденций Рынка
- Описание потребителей на Рынке
- Описать схемы ценообразования на Рынке

Кол-во страниц: 98 стр.

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 28 диаграмм, 43 таблиц

ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Введение
Методологическая часть
Описание типа исследования
Объект исследования
Цели и задачи исследования
География исследования
Время проведения исследования
Методы сбора данных
Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок
Общэкономическая ситуация в России
Динамика валового внутреннего продукта. Промышленное производство
Цены на нефть
Уровень инфляции
Уровень доходов населения
Розничная торговля
Уровень занятости
Описание отрасли
Растениеводство
Описание влияющих Рынков
Рынок тары и упаковки
Описание смежных Рынков
Рынок макаронных изделий
Сегментация и структура Рынка
Определение продукции
Сегментирование продукции по основным наименованиям
Крупы
Мука
Сегментирование Продукции по технологии производства, потребления
Сегментирование Продукции по видам упаковки
Ценовое сегментирование Продукции

Тенденции различных сегментах Продукции
Тенденции в сегментах различных видов Продукции
Тенденции в ценовых сегментах
Основные количественные характеристики Рынка
Объем и емкость Рынка
Объем Рынка в натуральном выражении
Объем Рынка в денежном выражении
Емкость Рынка в натуральном и денежном выражении
Темпы роста Рынка
Влияние сезонности на Рынок
Сбытовая структура Рынка
Цепочка движения товара
Краткое описание основных сегментов участников Рынка
Производители Продукции
Дистрибьюторы продукции
Розничный сектор
Основные принципы ценообразования
Объемы российского производства, импорта и экспорта
Импорт продукции
Импорт пшеницы
Импорт ржи
Импорт ячменя
Импорт овса
Импорт Кукурузы
Импорт риса
Импорт гречки
Импорт проса
Импорт муки
Импорт овощей бобовых
Экспорт продукции
Экспорт пшеницы

Экспорт ржи
Экспорт ячменя
Экспорт овса
Экспорт кукурузы
Экспорт риса
Экспорт гречки
Экспорт проса
Экспорт муки
Экспорт овощей бобовых
Соотношение экспорта и импорта
Конкурентный анализ
Конкуренция между игроками рынка
Основные производители. Описание профилей крупнейших компаний
Мистраль
Агроальянс
Ангстрем
Увельская крупяная компания (Увелка)
Разгуляй Крупа (Группа Разгуляй)
Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями
Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора
Анализ потребителей
Степень активности в потреблении Продукции или Услуги. Количество Продукции потребляемого одним потребителем за единицу времени
Потребительские предпочтения по: видам, маркам Продукции или Услуги
Потребительские мотивации и поведение при покупке Продукции или Услуги
Зависимость спроса на Продукцию или Услуги от различных характеристик потребителя. Эластичность спроса.
Медиа-предпочтения потребителей (отношение к источникам и формам рекламы Продукции или Услуги)
Основные тенденции в потребительском сегменте
Обобщающие выводы и рекомендации

STEP–анализ факторов, влияющих на Рынок

Риски, связанные с Рынком, способы избежать рисков

Тенденции Рынка

Тенденции по основным количественным показателям Рынка

Тенденции на конкурентном поле

Тенденции в потребительском сегменте

Выводы

СПИСОК ДИГРАММ

- Диаграмма 1. Динамика объема ВВП, прирост, в % к предыдущему году
- Диаграмма 2. Цены на нефть марки URALS в 2008г (январь-ноябре), долл/баррель
- Диаграмма 3. Уровень инфляции и прогноз 2003 – 2008 (10 мес.) гг., %
- Диаграмма 4. Динамика среднемесячной номинально начисленной заработной платы, тыс. руб.
- Диаграмма 5. Динамика реально располагаемых денежных доходов населения, % к соответствующему периоду предыдущего года
- Диаграмма 6. Динамика оборота розничной торговли, млрд. руб.
- Диаграмма 7. Общая численность безработных, на конец периода, в 2008г., тыс. человек
- Диаграмма 8. Доля различных с/х. культур в общем объеме собранного урожая, %
- Диаграмма 9. Урожай различных с/х культур в 2007-2008г.г., млн. тонн
- Диаграмма 10. Структура производства зерна по видам культур, 2008г, %
- Диаграмма 11. Долевое распределение сегментов рынка по отраслям промышленности, %
- Диаграмма 12. Физическая емкость рынка крупы в 2006-2008г., млн. тонн
- Диаграмма 13. Емкость рынка круп в стоимостном выражении в 2006-2008г.г., млрд. долл.
- Диаграмма 14. Физическая емкость рынка муки в 2000-2008г., млн. тонн
- Диаграмма 15. Емкость рынка муки в стоимостном выражении в 2006-2008г.г., млрд. долл.
- Диаграмма 16. Динамика производства крупы на предприятиях мукомольно-крупяной промышленности, 2000-2007г.г., тыс.
- Диаграмма 17. Темпы роста валовых сборов зерновых и крупяных культур в 2007г., %
- Диаграмма 18. Доля круп в производстве в 2007 г., %
- Диаграмма 19. Структура импорта бакалейной группы товаров в 2007г (%)
- Диаграмма 20. Структура экспорта бакалейной группы товаров в 2007г(%)
- Диаграмма 21. Предпочтения по виду бакалейных изделий, %
- Диаграмма 22. Доля круп в потреблении в 2007 г., в %

Диаграмма 23. Структура внутреннего потребления муки по направлениям использования (в натуральном выражении), %

Диаграмма 23. Покупка круп и каш, %

Диаграмма 24. Частота покупок круп и каш, %

Диаграмма 25. Предпочтения по типу фасовки круп, %

Диаграмма 26. Предпочтения по вид упаковки, круп и каш, %

Диаграмма 27. Предпочтения по весу упаковки круп и каш, %

Диаграмма 28. Предпочтения по бренду круп и каш, %

СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. ВВП и Индекс промышленного производства за январь-октябрь 2007-2008 г, % к соответствующему периоду предыдущего года

Таблица 2. Сбор урожая в хозяйствах всех категорий на ноябрь 2008г, млн. тонн

Таблица 3. Размер собранного урожая на 1 ноября 2008г. в разрезе категорий сельхозпроизводителей, %

Таблица 4. Объемы некоторых сегментов рынка

Таблица 5. Валовые сборы зерновых и крупяных культур в хозяйствах всех категорий, 2006-2007г.г., тыс.

Таблица 6. Цены на муку в регионах России (руб./т), на 15.07.2008г.

Таблица 7. Коды ВЭД

Таблица 8. Импорт пшеницы в 2007г. (страна-поставщик)

Таблица 9. Импорт пшеницы в 2007г. (страна-производитель)

Таблица 10. Импорт ржи в 2007г. (страна-поставщик)

Таблица 11. Импорт ржи в 2007г. (страна-производитель)

Таблица 12. Импорт ячменя в 2007г. (страна-поставщик)

Таблица 13. . Импорт ячменя в 2007г. (страна-производитель)

Таблица 14. Импорт овса в 2007г. (страна-поставщик)

Таблица 15. Импорт овса в 2007г. (страна-производитель)

Таблица 16. Импорт кукурузы в 2007г. (страна-поставщик)

Таблица 17. . Импорт кукурузы в 2007г. (страна-производитель)

Таблица 18. Импорт риса в 2007г. (страна-поставщик)

Таблица 19. Импорт риса в 2007г. (страна-производитель)

Таблица 20. Импорт гречки в 2007г. (страна-поставщик)

Таблица 21. Импорт гречки в 2007г. (страна-производитель)

Таблица 22. Импорт проса в 2007г (страна-поставщик)

Таблица 23. Импорт проса в 2007г (страна-производитель)

Таблица 24. Импорт муки в 2007г. (страна-поставщик)

Таблица 25. Импорт муки в 2007г. (страна-производитель)

Таблица 26. Импорт бобовых в 2007г. (страна-поставщик)

Таблица 27. Импорт бобовых в 2007г. (страна-производитель)

- Таблица 28. Экспорт пшеницы в 2007г.
- Таблица 29. Экспорт ржи в 2007г.
- Таблица 30. Экспорт ячменя в 2007г.
- Таблица 31. Экспорт овса в 2007г.
- Таблица 32. Экспорт кукурузы в 2007г.
- Таблица 33. Экспорт риса в 2007г.
- Таблица 34. Экспорт гречки в 2007г.
- Таблица 35. Экспорт проса в 2007г.
- Таблица 36. Экспорт муки в 2007г.
- Таблица 37. Экспорт бобовых в 2007г.
- Таблица 38. Структура импорта бакалейной группы товаров в 2007г.
- Таблица 39. Структура экспорта бакалейной группы товаров в 2007г.
- Таблица 40. Соотношение импорта и экспорта
- Таблица 41. Сравнительная характеристика игроков рынка по основным параметрам
- Таблица 42. STEP-анализ российского рынка бакалейных изделий
- Таблица 43. Возможные риски, связанные с Рынком

Выдержки из исследования

Ситуация в которой оказалась мировая финансовая система, и в том числе экономика России, как одна из ее составная часть, не может не внушать опасений. Во многом именно продовольственный рынок ощущает на себе последствия тех или иных событий в политической и экономической жизни страны. В ходе данного исследования была сделана попытка проанализировать текущее положение на рынке бакалейной продукции с целью моделирования возможных его путей развития. Как показало исследование, рынок имеет неплохие шансы выйти из кризиса с минимальными потерями, в сравнении с другими сегментами продовольственной отрасли (рынок мяса, рыбы, овощей и др.)

Ценовое сегментирование Продукции

Рынок бакалейных изделий представлен продукцией следующих ценовых сегментов:

- **Низкий**
- **Средний**
- **Высокий**
- **Премиум**

Принадлежность продукции к тому или иному сегменту зависит от ряда факторов:

- Тип упаковки (пакет, варочные пакеты, и др.)
- Сорт продукции (высший, первый, второй, третий)
- Сила бренда

Перспективы того или иного сегмента зависят в первую очередь от макроэкономических показателей в стране. Так, в 2007г. и первой половине 2008г. можно было говорить о больших перспективах премиум сегмента, при высоком уровне развития среднего сегмента. В свою очередь низкий ценовой сегмент активно сокращался. С учетом кризисных явлений в экономике, стоит ожидать изменений структуры рынка – замедление развития премиум сегмента, с перераспределением долей между низким и средним сегментами.

В связи с нестабильностью рынка, многие производители стремятся к выпуску продукции в нескольких ценовых сегментах, тем самым, снижая возможные риски, от изменения экономической ситуации в стране и как следствие изменения потребительских предпочтений.

ТЕНДЕНЦИИ В ЦЕНОВЫХ СЕГМЕНТАХ

2007г. и начало 2008г. были ознаменован ростом цен на большинство круп, причем наиболее динамично росли

Эксперты прогнозируют, что тенденция роста цен

Отметим, что крупы быстрого приготовления относят к высокому ценовому сегменту, в этой связи в условиях нестабильности экономической обстановки, рост данного сегмента вероятно замедлится. Тогда как продукция низкого и среднего сегментов будет демонстрировать рост.

ОБЪЕМ И ЕМКОСТЬ РЫНКА

ОБЪЕМ РЫНКА В НАТУРАЛЬНОМ ВЫРАЖЕНИИ

По данным экспертов рынка, объем рынка круп в 2007г. составил ... **млн. тонн.**

По прогнозам аналитиков ГК Step by Step **по итогам 2008г.** рост рынка круп составит около ...%, в результате объем рынка достигнет отметки **в ... млн. тонн.** Учитывая высокую урожайность крупяных и зерновых культур в 2008г. можно прогнозировать, что рынок

ОБЪЕМ РЫНКА В ДЕНЕЖНОМ ВЫРАЖЕНИИ

Объем рынка круп в денежном выражении в 2007г. достиг отметки **в ... млрд. руб.**, и по прогнозам в 2008г. его объем достигнет отметки **в ... млрд. руб.**

Прогнозы на 2009 год являются **ещё более оптимистичными**, так как бакалейная группа продуктов в связи со своей относительно низкой стоимостью начинает преобладать в рационе потребителей в ситуации сокращения доходов.

ЕМКОСТЬ РЫНКА В НАТУРАЛЬНОМ И ДЕНЕЖНОМ ВЫРАЖЕНИИ

ЕМКОСТЬ РЫНКА КРУП

По расчетам отраслевых агентств в 2007г. емкость рынка круп в натуральном выражении составила – ... **млн. тонн.** **В 2008г.** емкость рынка ожидается рост емкости рынка до уровня ... - ... **млн. тонн.**

Что касается емкости рынка в денежном выражении, то по итогам **2008г.** данный показатель достигнет отметки в ... - ... **млрд. долл.**

ЕМКОСТЬ РЫНКА МУКИ

Начиная с 2000г. емкость отечественного рынка муки в натуральном выражении постоянно снижается. По прогнозам отраслевых агентств в 2008г. его емкость составит ... **млн. тонн.**

ТЕМПЫ РОСТА РЫНКА

На основании данных отраслевых агентств, можно отметить, что темп роста рынка круп в 2008г. (в денежном выражении) составит **порядка ...%.** Лишь кризисные явления в экономике, характерные для конца 2008г., могут скорректировать данную цифру.

Производители Продукции

Производители крупы

По данным «Росстат» производством круп занимаются свыше 400 предприятий, из которых половину составляют крупные и средние предприятия, при этом многие производители изготавливают несколько видов круп:

- Гречка – ... предприятий
- Пшено – ... предприятий
- Геркулес – ... предприятий
- Манка – ... предприятий
- Рис – ... предприятий

По данным «Росстат» после спада производства, начавшегося с 2002г., в 2005г. в России возобновился рост объемов производства круп, который к 2007г достиг отметки в ... млн. тонн.

Производители муки

На сегодняшний день в России насчитывается около ... мукомольных предприятий, при этом 200 крупнейших предприятий контролируют ...% рынка. Можно отметить, что на рынке нет игроков федерального значения, тогда как на международной арене выделяются компании:

- «Алейскхлебопродукт» (Алтайский край),
- «Зерновая компания «Настюша» (Москва)
- ГК «ЛенСтро»
- «Макфа» (г. Челябинск)
- «Мельник» (Алтайский край)
- ГК «ОГО»
- «Пава» (Алтайский край)
- «Стойленская нива»

Достаточно сильные позиции на рынке имеют крупные региональные компании, входящие в состав многоотраслевых предприятий.

Рассматривая цены на сырье, приведем данные о ценах на муку в регионах РФ.

ТАБЛИЦА. ЦЕНЫ НА МУКУ В РЕГИОНАХ РОССИИ (РУБ./Т), НА 15.07.2008Г.

| Регион | Мука в/с | | | Мука 1с. | | |
|-------------------------------|----------|-------|--------|----------|-------|--------|
| | мин. | макс. | средн. | мин. | макс. | средн. |
| Северо-Западный район | | | | | | |
| Центральный район | | | | | | |
| Волго-Вятский район | | | | | | |
| Центрально-Черноземный регион | | | | | | |
| Поволжский район | | | | | | |
| Южный регион | | | | | | |
| Уральский район | | | | | | |
| Западно-Сибирский район | | | | | | |

Источник: «Информационно-консультационная служба АПК Тюменской области», 2008г.

Итак, независимо от сорта, наиболее высокая стоимость муки зафиксирована в Северо-Западном регионе (высший сорт – ... тыс./т; первый сорт – ... тыс./т).

Отметим, что в Южном регионе самые низкие цены на муку высшего сорта (... тыс./т), тогда как в Западно-Сибирском регионе на муку первого сорта (... тыс./т)

ИМПОРТ ПРОДУКЦИИ

Рассмотрим импорт зерновых и крупяных культур в 2007г. в каждой из товарных категорий.

ИМПОРТ ПШЕНИЦЫ

В таблицах приведен список стран-поставщиков и стран – производителей в 2007г.

ТАБЛИЦА. ИМПОРТ ПШЕНИЦЫ В 2007Г. (СТРАНА-ПОСТАВЩИК)

| № | Страна-поставщик | кг | % (кг) | \$ | % (\$) | Цена |
|---|------------------|----|--------|----|--------|------|
| 1 | Казахстан | | | | | |
| 2 | Германия | | | | | |
| 3 | Другие | | | | | |
| | итого | | | | | |

Источник: таможенная статистика (ВЭД), 2008 г.

Главным поставщиком пшеницы в Россию в 2007г. был Казахстан, на долю которого приходится ...% импорта в натуральном выражении и ...% в денежном. При этом отметим, что цена импортируемой пшеницы выше у Германии (\$... за кг.), тогда как стоимость казахстанской пшеницы составляет – \$...

ТАБЛИЦА. ИМПОРТ ПШЕНИЦЫ В 2007Г. (СТРАНА-ПРОИЗВОДИТЕЛЬ)

| № | Страна-производитель | кг | % (кг) | \$ | % (\$) | Цена |
|---|----------------------|----|--------|----|--------|------|
| 1 | Казахстан | | | | | |
| 2 | Австрия | | | | | |
| 3 | Германия | | | | | |
| | Другие | | | | | |
| | ИТОГО | | | | | |

Источник: таможенная статистика (ВЭД), 2008 г.

По происхождению, практически вся поставляемая пшеница была произведена в Казахстане, как в натуральном, так и стоимостном выражении.

ИМПОРТ РЖИ

Рассмотрим объем импорта ржи в 2007г.

ТАБЛИЦА. ИМПОРТ РЖИ В 2007Г. (СТРАНА-ПОСТАВЩИК)

| № | Страна-поставщик | кг | % (кг) | \$ | % (\$) | Цена |
|---|------------------|----|--------|----|--------|------|
| 1 | Австрия | | | | | |
| | ИТОГО | | | | | |

Источник: таможенная статистика (ВЭД), 2008 г.

В 2007г. ржаная крупа импортировалась лишь из Австрии, при этом данная страна ввозила продукцию исключительно собственного производства.

ЭКСПОРТ ПРОДУКЦИИ

Рассмотрим экспорт крупяных и зерновых культур в 2007г. по основным группам, согласно кодам ТНВЭД.

ЭКСПОРТ ПШЕНИЦЫ

В 2007г. больше всего пшеницы закупил Тунис, как в натуральном выражении - ... %, так и денежном выражении - ... %. На втором месте по объемам закупок стоит Италия (... % в натуральном и ... % в денежном выражении).

ТАБЛИЦА. ЭКСПОРТ ПШЕНИЦЫ В 2007г.

| № | Страна-получатель | кг | % (кг) | \$ | % (\$) | Цена |
|---|-------------------|----|--------|----|--------|------|
| 1 | Тунис | | | | | |
| 2 | Италия | | | | | |
| 3 | Азербайджан | | | | | |
| 4 | Монголия | | | | | |
| 5 | Израиль | | | | | |
| 6 | Другие | | | | | |
| | ИТОГО | | | | | |

Источник: таможенная статистика (ВЭД), 2008 г.

В Тунис пшеница поставлялась по более высокой цене – \$... за 1кг, в свою очередь дешевую пшеницу закупала Монголия – \$...

ЭКСПОРТ РЖИ

Значительная часть российского экспорта ржи в 2007г. приходилась на Латвию (...% в натуральном выражении и ...% в стоимостном) и Норвегию (...% и ...% в натуральном и стоимостном выражении соответственно).

ТАБЛИЦА. ЭКСПОРТ РЖИ В 2007г.

| № | Страна-получатель | кг | % (кг) | \$ | % (\$) | Цена |
|----|-------------------|----|--------|----|--------|------|
| 1 | Латвия | | | | | |
| 2 | Норвегия | | | | | |
| 3 | Финляндия | | | | | |
| 4 | Германия | | | | | |
| 5 | Литва | | | | | |
| 6 | Израиль | | | | | |
| 7 | Польша | | | | | |
| 8 | Дания | | | | | |
| 9 | Болгария | | | | | |
| 10 | Турция | | | | | |
| | Другие | | | | | |

| | | | | | | |
|--|--------------|--|--|--|--|--|
| | ИТОГО | | | | | |
|--|--------------|--|--|--|--|--|

Источник: таможенная статистика (ВЭД), 2008 г.

Наиболее дорогая рожь поставлялась в Финляндию (\$...), а по более низким ценам в Польшу (\$...).

ЭКСПОРТ ЯЧМЕНЯ

В 2007г. основной поток экспортных поставок ячменя пришелся на Саудовскую Аравию, как в натуральном выражении – ... %, так и стоимостном – ...%. Доля других стран в структуре российского экспорта не превышает ...% для отдельно взятой страны-получателя.

ТАБЛИЦА. ЭКСПОРТ ЯЧМЕНЯ В 2007Г.

| № | Страна-получатель | кг | % (кг) | \$ | %(\$) | Цена |
|----|-------------------|----|--------|----|--------|------|
| 1 | Саудовская Аравия | | | | | |
| 2 | Иордания | | | | | |
| 3 | Тунис | | | | | |
| 4 | Украина | | | | | |
| 5 | Израиль | | | | | |
| 6 | Казахстан | | | | | |
| 7 | Кувейт | | | | | |
| 8 | ОАЭ | | | | | |
| 9 | Нидерланды | | | | | |
| 10 | Ливия | | | | | |
| | Другие | | | | | |
| | ИТОГО | | | | | |

Источник: таможенная статистика (ВЭД), 2008 г.

Отметим, что наиболее дорогой ячмень поставляется в Казахстан (\$...), а в ОАЭ по низкой – \$..., что вероятно связано с сортом продукции.

СООТНОШЕНИЕ ЭКСПОРТА И ИМПОРТА

Рассмотрим соотношение импорта и экспорта на российском рынке.

ТАБЛИЦА. СТРУКТУРА ИМПОРТА БАКАЛЕЙНОЙ ГРУППЫ ТОВАРОВ В 2007Г.

| | кг | %кг | \$ | %%\$ | цена |
|--|----|-----|----|------|------|
|--|----|-----|----|------|------|

| | | | | | |
|-------------------|--|--|--|--|--|
| пшеница | | | | | |
| рожь | | | | | |
| ячмень | | | | | |
| овёс | | | | | |
| кукуруза | | | | | |
| рис | | | | | |
| гречка | | | | | |
| просо | | | | | |
| <i>Другие</i> | | | | | |
| Мука | | | | | |
| Бобовые | | | | | |
| всего круп | | | | | |

Источник: таможенная статистика (ВЭД), 2008 г.

ТАБЛИЦА. СООТНОШЕНИЕ ИМПОРТА И ЭКСПОРТА

| Направление | кг | %кг | \$ | \$\$ |
|--------------------|-----------|------------|-----------|-------------|
| импорт | | | | |
| экспорт | | | | |
| Всего | | | | |

Источник: таможенная статистика (ВЭД), 2008 г.

Обобщив полученные данные, можно сделать вывод о достаточно высоком уровне развития российских производителей крупяных и зерновых культур, практически полностью обеспечивающих внутренние потребности. Так, импорт крупы и зерна составляет менее ...% как в натуральном, так и стоимостном выражении.

КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ

КОНКУРЕНЦИЯ МЕЖДУ ИГРОКАМИ РЫНКА

Конкуренция между производителями бакалейных изделий ведется по следующим основным параметрам:

- по видам продуктовых групп и ширине линейки каждой группы
- по цене выпускаемой продукции
- по географическому охвату

ТАБЛИЦА. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ИГРОКОВ РЫНКА ПО ОСНОВНЫМ ПАРАМЕТРАМ

| Компании | Год | Специализация | Ценовой сегмент | Ассортимент услуг | Географический охват | Доля рынка/прибыль | Сильные стороны | Стратегия развития |
|-------------------|-----|---------------|-----------------|-------------------|----------------------|--------------------|-----------------|--------------------|
| <i>Мистрель</i> | | | | | | | | |
| <i>Агроальянс</i> | | | | | | | | |
| <i>Ангстрем</i> | | | | | | | | |
| <i>Увелка</i> | | | | | | | | |
| <i>Разгуляй</i> | | | | | | | | |

Источник: МА Step by Step

РЕЗЮМЕ

- Часть игроков рынка представляют собой
- Подавляющее большинство игроков уделяют большое внимание
- По результатам конкурентного анализа можно выделить 2 типа компаний:
 -
 -
- Отметим, что многие компании объявили о
- Компании конкурируют между собой по

ТЕНДЕНЦИИ В НАПРАВЛЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ МЕЖДУ КРУПНЕЙШИМИ ПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ

В числе тенденций конкуренции между производителями продукции можно выделить:

-
-

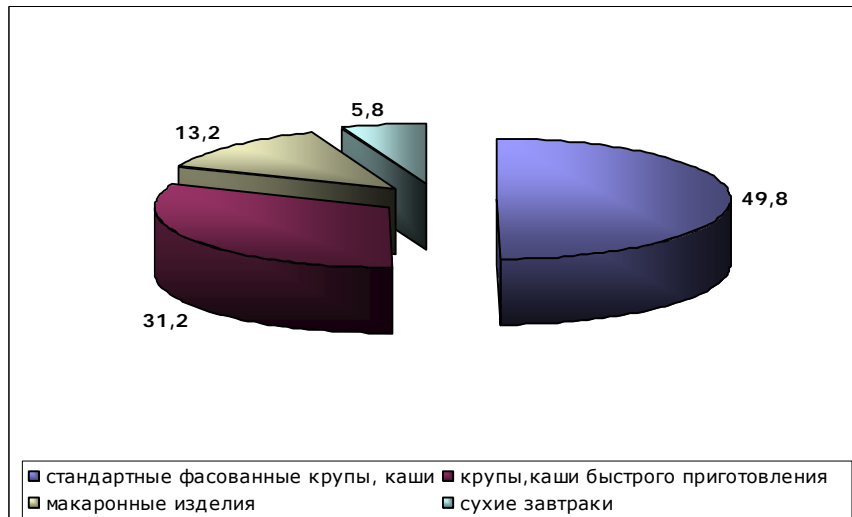
АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

СТЕПЕНЬ АКТИВНОСТИ В ПОТРЕБЛЕНИИ ПРОДУКЦИИ ИЛИ УСЛУГИ. КОЛИЧЕСТВО ПРОДУКЦИИ ПОТРЕБЛЯЕМОГО ОДНИМ ПОТРЕБИТЕЛЕМ ЗА ЕДИНИЦУ ВРЕМЕНИ

В 2007г. аналитический журнал «Раккограф» провел исследование предпочтений россиян в категории продуктов «крупы» и «каши». По результатам исследования были получены следующие результаты.

Итак, отвечая на вопрос о предпочтениях по виду бакалейных изделий, большинство участников опроса (49,8%) отметили, что предпочитают стандартные фасованные крупы и каши, в свою очередь 31,2% респондентов более склонны к потреблению круп/каш быстрого приготовления.

ДИАГРАММА. ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПО ВИДУ БАКАЛЕЙНЫХ ИЗДЕЛИЙ, %



Источник: Журнал «Раккограф».

Рассматривая непосредственно виды круп, можно отметить, что Основная доля в потреблении круп традиционно приходится на рис – 42,0%. На втором месте по уровню потребления находится гречка – 21,0%. На долю других круп приходится не более 8,0%. Отметим, что на долю макаронных изделий и сухих завтраков приходится 13,2% и 5,8% соответственно.

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ МОТИВАЦИИ И ПОВЕДЕНИЕ ПРИ ПОКУПКЕ ПРОДУКЦИИ ИЛИ УСЛУГИ

Среди мотивов покупки круп и каш можно выделить:

- Стремление к здоровому образу жизни
- Стремление к экономии средств
- В случае с ПВДС стремление к экономии времени на приготовление пищи

Группа Компаний Step by Step работает на рынке 7 лет, осуществляет полный комплекс консалтинговых и маркетинговых услуг, создавая возможность поддержки управленческих решений и развития бизнеса своих клиентов в следующих областях:

- Управленческий и маркетинговый консалтинг
- Брендинг
- Маркетинговые исследования
- Исследования и консалтинг в недвижимости

В состав Группы Компаний Step by Step входят такие подразделения, как:

- Step by Step Консалтинг
- Step by Step Исследования
- Step by Step Недвижимость
- Аналитический центр SbS Аналитика
- Call-центр MarketPhone

Ведущие специалисты Группы Компаний Step by Step состоят в таких профессиональных организациях, как Международная Ассоциация



Профессионалов в области исследований общественного мнения и маркетинга (ESOMAR), НГПК (Национальная Гильдия Профессиональных Консультантов), Гильдия Маркетологов, РАРИ (Российская Ассоциация Рыночных Исследований), Московская ТПП.

На сегодняшний день в портфеле Группы Компаний Step by Step более 300 реализованных проектов. Мы гордимся сотрудничеством с такими организациями, как ОАО "Связьинвест", РАО "ЕЭС РФ", "АйТи", Компания "Русский бисквит", ТД "Снежная королева", кофейни "Мокко", ЗАО RENOVA, группа компаний РБК, группа компаний ТЕКОН, HITACHI ltd, Honeywell, ассоциации экспортеров Бразилии (APEX), ЗАО «Детский мир», Blackwood, Система Галс.