

АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ ПО МАРКЕТИНГОВОМУ ИССЛЕДОВАНИЮ

ПУТИ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА РЫБЫ 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
Рыболовство.....	13
Ценовое сегментирование Продукции.....	13
Тенденции в различных сегментах Продукции	14
Основные количественные характеристики Рынка	15
Объем Рынка	15
Объем некоторых сегментов рынка	15
Емкость Рынка.....	16
Емкость сегмента рыбных консервов	16
Темпы роста Рынка	17
Краткое описание основных сегментов участников Рынка	17
Сырьевая база.....	17
Производители продукции.....	17
Производители в сегменте рыбных консервов	18

Дистрибьюторы продукции Московского рынка	19
Каналы поставок мороженой рыбы на московском рынке	20
Каналы сбыта мороженой рыбы на московском рынке	21
Розничный сектор.....	23
Импорт продукции	24
Объемы импорта	24
Основные страны-импортеры.....	24
Основные страны-производители.....	25
Экспорт продукции	26
Объемы экспорта	26
Основные страны-экспортеры.....	26
Основные виды экспортируемой продукции	27
Соотношение экспорта и импорта.....	27
Российское производство	28
Объемы российского производства	28
Конкурентный анализ	29
Конкуренция между крупнейшими производителями.....	29
Основные параметры конкуренции.....	29
Сравнительная характеристика производителей рыбной продукции	29
Сравнительная характеристика крупнейших производителей в сегменте консервов.....	31
Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора.....	31
Анализ потребителей.....	33
Описание потребителей сегмента B2C	33
Структура потребления Продукции по видам и типам	33

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: 125 стр.

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 28 диаграмм, 29 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
Уровень инфляции
Уровень доходов населения
Розничная торговля
Описание смежных Рынков
Рынок морепродуктов
Рынок мяса и мясопродуктов
Описание отрасли
Рыболовство
Законодательство в отрасли
Рыбоводство
Сегментация и структура Рынка
Определение продукции
Сегментирование Продукции по технологии производства или потребления
Сегментирование Продукции по видам упаковки
Ценовое сегментирование Продукции
Тенденции в различных сегментах Продукции
1. Тенденции докризисного периода
2. Тенденции в период кризиса

Основные количественные характеристики Рынка
Объем Рынка
Объем некоторых сегментов рынка
Емкость Рынка
Емкость сегмента рыбных консервов
Темпы роста Рынка
Влияние сезонности на Рынок
Сезонность в сегменте рыбных консервов
Сбытовая структура Рынка
Цепочка движения товара
Краткое описание основных сегментов участников Рынка
Сырьевая база
Рыбоводство
Рыбоводство в Московском регионе
Схема поставки сырья
Производители продукции
Производители в сегменте рыбных консервов
Индексы цен производителей на отдельные виды промышленной продукции по субъектам Российской Федерации
Дистрибьюторы продукции Московского рынка
Каналы поставок мороженой рыбы на московском рынке
Каналы сбыта мороженой рыбы на московском рынке
Розничный сектор
Основные принципы ценообразования
Объемы российского производства, импорта и экспорта
Импорт продукции
Объемы импорта
Основные страны-импортеры
Основные страны-производители
Основные виды импортируемой продукции

Экспорт продукции
Объемы экспорта
Основные страны-экспортеры
Основные виды экспортируемой продукции
Соотношение экспорта и импорта
Российское производство
Объемы российского производства
Конкурентный анализ
Конкуренция между крупнейшими производителями
Основные параметры конкуренции
Сравнительная характеристика производителей рыбной продукции
Сравнительная характеристика крупнейших производителей в сегменте консервов
Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями
Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора
Тенденции игроков сетевого ритейла
Анализ потребителей
Описание потребителей сегмента B2C
Структура потребления Продукции по видам и типам
Объем потребления продукции в Москве
Специфика потребления рыбных консервов в Московском регионе
Описание потребителей сегмента B2B
Основные тенденции в потребительском сегменте
Обобщающие выводы и рекомендации
STEP–анализ факторов, влияющих на Рынок
Риски, связанные с Рынком, способы избежать рисков
Инвестиционная привлекательность/пустующие ниши на Рынке
Тенденции Рынка
Тенденции различных сегментах Продукции
Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями
Тенденции игроков сетевого ритейла

Тенденции в потребительском сегменте

Общие выводы по отчету

Приложение

Приложение 1. Средние потребительские цены на отдельные виды и группы товаров по субъектам Российской Федерации

Приложение 2. Рыбы, обитающие в водоёмах России

Рыбы, обитающие в водоемах России

СПИСОК ДИГРАММ

Диаграмма 1. Динамика объема ВВП, прирост, в % к предыдущему году

Диаграмма 2. Уровень инфляции и прогноз 2003 – 2008 (10 мес.) гг., %

Диаграмма 3. Динамика среднемесячной номинально начисленной заработной платы, тыс. руб.

Диаграмма 4. Динамика реально располагаемых денежных доходов населения, % к соответствующему периоду предыдущего года

Диаграмма 5. Динамика оборота розничной торговли, млрд. руб.

Диаграмма 8. Динамика изменения поголовья скота всех категорий, 1992 – 2007, млн. голов

Диаграмма 9. Динамика производства скота и птицы на убой (в убойном весе), млн. т

Диаграмма 6. Динамика объемов вылова рыбы во всех районах Мирового океана 2006 – 2008 (оценка), тыс. тонн

Диаграмма 7. Соотношение объемов вылова во внутренних водах и внешних зонах, в 2007 году, %

Диаграмма 13. Динамика роста сегмента консервов в 2003 – 2007 г. и прогноз на 2008 г., млрд. руб.

Диаграмма 11. Индексы цен производителей на живую рыбу в 2008 году, % к декабрю 2007 года

Диаграмма 12. Индексы цен производителей на рыбу мороженую, произведенную на борту рыболовецких судов в 2008 году, % к декабрю 2007 года

Диаграмма 13. Индексы цен производителей на рыбу охлажденную, в 2008 году, % к декабрю 2007 года

Диаграмма 14. Индексы цен производителей на рыбу мороженую, без произведенной на борту рыболовецких судов, в 2008 году, % к декабрю 2007 года

Диаграмма 15. Индексы цен производителей на рыбу соленую, кроме сельдей, в 2008 году, % к декабрю 2007 года

Диаграмма 16. Индексы цен производителей на рыбу копченую, в 2008 году, % к декабрю 2007 года

Диаграмма 17. Индексы цен производителей на сельдь соленую, в 2008 году, % к декабрю 2007 года

Диаграмма 18. Индексы цен производителей на консервы рыбные в масле, в 2008 году, % к декабрю 2007 года (диаграмма 1)

Диаграмма 19. Индексы цен производителей на консервы рыбные в масле, в 2008 году, % к декабрю 2007 года (диаграмма 2)

Диаграмма 20. Индексы цен производителей на консервы рыбные в томате, в 2008 году, % к декабрю 2007 года

Диаграмма 21. Индексы цен производителей на консервы рыбные натуральные, в 2008 году, % к декабрю 2007 года

Диаграмма 22. Индексы цен производителей на муку кормовую рыбную, в 2008 году, % к декабрю 2007 года

Диаграмма 23. Долевое распределение типов рыбной продукции у оптовых игроков рынка, % к количеству видов продукции

Диаграмма 24. Структура оптовой торговли мороженой рыбой в Москве

Диаграмма 25. Динамика изменения количества розничных рынков, 2005-2007г.

Диаграмма 26. Соотношение городского и сельского населения России на 1 января 2008 года, %

Диаграмма 27. Структура потребления рыбы в России в 2007 году, %

Диаграмма 28. Динамика роста объема потребления рыбной продукции в Москве, 2005 – 2008 (оценка), тыс. тонн

СПИСОК ТАБЛИЦ

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

Таблица 2. Доли вылова рыбы по морским бассейнам в 2007 году и I квартале 2008 года, %

Таблица 3. Общий объем рынка и некоторых сегментов в 2007 – 2008 (прогноз) г., млн. долл.

Таблица 4. Средние цены производителей на основные виды промышленных товаров по РФ 1998 - 2007г., на конец года, руб. за единицу измерения

Таблица 5. Рейтинг торговых сетей по величине торговой площади в 2007 г.

Таблица 6. Коды ТН ВЭД для анализа импорта и экспорта на рынке

Таблица 7. Основные страны-импортеры рыбы в 2007 году, в натуральном выражении

Таблица 8. Основные страны-импортеры рыбы в 2007 году, в стоимостном выражении

Таблица 9. Основные страны-производители рыбы в 2007 году, в натуральном выражении

Таблица 10. Основные страны-производители рыбы в 2007 году, в стоимостном выражении

Таблица 11. Виды импортируемой продукции в 2007 году, в натуральном выражении

Таблица 12. Виды импортируемой продукции в 2007 году, в стоимостном выражении

Таблица 13. Основные страны-импортеры рыбы в 2007 году, в натуральном выражении

Таблица 14. Основные страны-экспортеры рыбы в 2007 году, в стоимостном выражении

Таблица 15. Виды экспортируемой продукции в 2007 году, в натуральном выражении

Таблица 16. Виды импортируемой продукции в 2007 году, в стоимостном выражении

Таблица 17. Соотношение экспорта и импорта в 2007 году, %

Таблица 18. Помесячная динамика производства пищевой рыбной продукции, включая консервы рыбные, 2006-2007 г. тыс. тонн

Таблица 19. Сравнительная характеристика производителей рыбной продукции (Часть 1)

Таблица 20. Сравнительная характеристика производителей рыбной продукции (Часть 2)

Таблица 21. Сравнительная характеристика крупнейших производителей рыбных консервов (Часть 1)

Таблица 22. Сравнительная характеристика крупнейших производителей рыбных консервов (Часть 2)

Таблица 23. Сравнительная характеристика крупнейших розничных сетей (Часть 1)

Таблица 24. Сравнительная характеристика крупнейших розничных сетей (Часть 2)

Таблица 25. Распределение населения по величине среднедушевых денежных доходов, % к итогу

Таблица 26. Самые популярные кухни в ресторанах Москвы (лето 2008 года)

Таблица 27. STEP - анализ российского рынка рыбы

Таблица 28. Возможные риски, связанные с Рынком

Таблица 29. Средние потребительские цены на отдельные виды и группы товаров по субъектам Российской Федерации, рубль

Выдержки из исследования

Рыбная промышленность – отрасль, развитие которой зависит от технологичности ведения работ непосредственно в водных акваториях страны, как во внешних водах, так и во внутренних акваториях. То есть производительность рыболовства и производства рыбных изделий во многом зависит от технико-экономического состояния рыболовческих судов, судостроительной отрасли.

По данным СМИ за последние 10 лет потребление россиянами рыбы сократилось в несколько раз, достигнув, по разным источникам от 5 до 10 кг на душу населения. Это вызвано тем, что для многих категорий граждан цена на рыбные изделия не позволяет увеличивать потребление рыбы в своем рационе, а также тем, что состояние рыбохозяйственного комплекса страны не способствует увеличению предложения рыбы как продукт питания на рынке, что приводит к уменьшению доступности продукции населению.

РЫБОЛОВСТВО

В технологической цепочке производства рыбной продукции первым звеном является процесс вылова рыбы. От величины улова рыбы во всех водоемах зависит объем произведенной рыбной продукции.

Россия в 2007 году по сравнению с 2006 годом увеличила вылов рыбы на ...%. Во всех районах Мирового океана было выловлено ... **тыс. тонн** водных биоресурсов против ... тыс. тонн в 2006 году.

Рыбохозяйственные организации РФ в I квартале 2008г. увеличили вылов водных биоресурсов на ...% по сравнению с аналогичным периодом 2007г. - до ...тыс. т.

ЦЕНОВОЕ СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПРОДУКЦИИ

Цена на рыбную продукцию очень сильно различается в зависимости от класса рыбы, от вида и степени переработки.

Можно выделить следующие сегменты рынка:

низкий ценовой сегмент. К нему относится рыба наиболее дешевых видов - мойва, навага и др., сюда можно отнести и консервы, которые сейчас пользуются все меньшим спросом

средний ценовой сегмент – более дорогие виды рыбы - судак, кефаль, пресервы из рыбы и морепродуктов, нарезка в вакуумной упаковке.

высокий ценовой сегмент – деликатесная рыба - осетр, севрюга, форель, семга; пресервы премиум-класса; наиболее дорогая рыба в вакуумной упаковке (куском или нарезка).

ТЕНДЕНЦИИ В РАЗЛИЧНЫХ СЕКМЕНТАХ ПРОДУКЦИИ

Все основные тенденции текущего года можно разделить на две группы:

- Тенденции, присущие рынку до начала финансового кризиса
- Тенденции, связанные с кризисом

ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА

ОБЪЕМ РЫНКА

В 2007 году объем российского рынка рыбной продукции составил около \$...-... млрд.

По прогнозам специалистов компании Step by Step объем рынка в 2008 году составит около \$... - \$... млрд.

ОБЪЕМ НЕКОТОРЫХ СЕГМЕНТОВ РЫНКА

Из указанной выше суммы около \$... млрд. приходится на готовую продукцию с добавленной стоимостью. Так, продукция из сельди занимает большую часть рынка (порядка \$... млн.), далее следуют деликатесы из лосося, форели и семги (около \$... млн.), и икры лососевых (около \$... млн.)

ТАБЛИЦА. ОБЩИЙ ОБЪЕМ РЫНКА И НЕКОТОРЫХ СЕГМЕНТОВ В 2007 – 2008 (ПРОГНОЗ) Г., МЛН. ДОЛЛ.

Сегмент	Объем, млн. долл.	
	2007	2008
Общий объем рынка		
Готовая рыбопродукция, в том числе:		
Продукция из сельди		
Продукция из лосося, форели и семги		
Икра лососевых		
Рыбные консервы		

По оценкам экспертов объем Рынка рыбных консервов в стоимостном выражении в 2007 году составил ... млрд. руб. (\$... млрд.).

ЕМКОСТЬ РЫНКА

По некоторым экспертным данным емкость российского рынка рыбы оценивается в \$... - ... млрд.

С учетом того, что средний уровень потребления рыбной продукции на одного человека в год в России составляет 12 – 16 кг (тогда как норма, рекомендуемая Академией медицинских наук России – 23,7 кг), потребительская емкость рынка в натуральном выражении составляет около ... – ... **ТЫС. ТОНН.**

Для сравнения: в США средний уровень потребления рыбной продукции на одного человека в год достигает 22,6 кг, в Китае – 25,7 кг, в Норвегии – 47,4 кг, а в Японии – 64,7 кг. Если брать даже наиболее низкий показатель уровня потребления, то **потенциальную емкость** рынка рыбопродукции для России можно оценить величиной ... **МЛН. ТОНН.**

Таким образом, можно говорить о том, изучаемый рынок обладает довольно большим потенциалом для развития. Однако, его рост не возможен в нестабильной экономической ситуации, а также без серьезной государственной поддержки.

ЕМКОСТЬ СЕГМЕНТА РЫБНЫХ КОНСЕРВОВ

С учетом вычисленной выше величины потребительской емкости рынка, и зная, что на рыбную консервация приходится около половины рынка, можно предположить, что емкость данного сегмента составляет порядка ... – ... **ТЫС. ТОНН.**

Нужно отметить, что рост данного сегмента в ближайшее время увеличится, поскольку в связи с непростой экономической ситуацией. Обусловленной финансовым кризисом, спрос на дорогую рыбную продукцию сократится, а на дешевые рыбные продукты, в том числе консервы, вырастет.

ТЕМПЫ РОСТА РЫНКА

Игроки на рынке едины во мнении, что рынок растет и имеет достаточный потенциал для дальнейшего роста. В течение последних лет рынок рос на ...% в год. Однако в условиях финансового кризиса говорить о росте рынка довольно сложно. По всей вероятности темпы роста рынка сократятся. Возможно, что уменьшится и объем рынка. Это в первую очередь обусловлено сложностями в системе кредитования, что не позволяет наращивать современную техническую базу отечественным производителям.

КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ ОСНОВНЫХ СЕГМЕНТОВ УЧАСТНИКОВ РЫНКА

СЫРЬЕВАЯ БАЗА

Россия обладает обширной сырьевой базой рыбопродуктов - на ее долю приходится ...% мирового вылова трески, ...% минтая, ...% сельди, ...% лососевых и ...% скумбрии. Объем резервов сырьевой базы Мирового океана, доступный для российского рыболовства, составляет около ... млн. тонн.

Сырьевая база российского рыболовства включает в себя биоресурсы пресноводных водоемов, внутренних и окраинных морей (с 200-мильной исключительной зоной и континентальным шельфом России), запасы гидробионтов в зонах других государств и в открытых районах Мирового океана на основе международных договоренностей.

ПРОИЗВОДИТЕЛИ ПРОДУКЦИИ

Отрасль является непрозрачной, производители не разглашают данные об объемах производства и другие финансовые показатели. Вследствие этого представляется затруднительным определить наиболее крупных производителей.

По данным одного источника наиболее крупные игроки рынка:

- § «РОК-1»
- § «Меридиан»

§ «Марина»

§ «Русское море», -

занимающие в сумме около ...% рынка.

По данным самих игроков рынка, наиболее сильными его участниками являются:

§ «.....»

§ «.....»

§ «.....»

§ «.....»

§ «.....»

§ др.

Сегодня в России численность современно оборудованных производственных предприятий мала. Среди них особо выделяются предприятия:

§ рыбокомбинат ТУРНИФ

§

§

§

§

ПРОИЗВОДИТЕЛИ В СЕГМЕНТЕ РЫБНЫХ КОНСЕРВОВ

По мнению экспертов Рынка, крупнейшими производителями в данном сегменте являются следующие компании:

§ ОАО «Калининградский Рыбоконсервный комбинат»

§

§

§

§

§

§

В целом, данный сегмент рынка консервов достаточно прозрачен, однако присутствуют и теневые игроки. Они производят некачественный товар, они подрывают товарный рынок – это негативно сказывается как на политике продаж, так и на потребителе.

ДИСТРИБЬЮТОРЫ ПРОДУКЦИИ МОСКОВСКОГО РЫНКА

В настоящее более половины всех участников оптовой рыбной торговли имеют в своем ассортименте рыбные консервы, около трети (...%) - соленую и копченую рыбу, а также морепродукты, и около ...% - икру. Мороженая рыба занимает вторую позицию, несколько уступая консервам, - она представлена в ассортименте примерно ...% торговых фирм.

Наиболее хорошо изученным является рынок Москвы. Рассмотрим более подробно его участников.

Рынок включает в себя по разным данным от ... до ... компаний. За последние несколько лет в сегменте мороженой рыбы выделились несколько предприятий, которые задают тон всему рынку:

- § «Талекс-Фиш»
- § «Санта-Фиш»
- § «Аксиома-Фиш»
- § «Главрыба»

Некоторыми предпринимателями считается, что через десяток этих компаний проходит более чем половина всей свежемороженой рыбы, потребляемой в Москве. Каково соотношение на самом деле, сказать трудно, но разрыв в их уровнях очевиден: если «Талекс» продает в год около ... тыс. тонн рыбы, то такие предприятия, как «Особая компания», «Сириус-11», - не более ...-... тысяч.

КАНАЛЫ ПОСТАВОК МОРОЖЕНОЙ РЫБЫ НА МОСКОВСКОМ РЫНКЕ

Большинство видов дешевой и доступной большей части населения рыбы (хек, минтай, треска, навага), завозимой в Москву, поставляется из Тихоокеанского региона.

- Довольно большую часть ее составляет рыба иностранного производства: из Аргентины, Перу, Чили.
- Из продукции Балтийского моря в настоящее время завозятся камбала, салака, треска.
- С Севера доставляются уже несколько более дорогие виды рыбы: палтус, пикша, сайда.
- Форель и семга завозятся в столицу практически исключительно из североевропейских стран: Финляндии, Швеции, Дании, Норвегии — где эта рыба специально выращивается.

Российский рынок рыбы имеет одну особенность. Дело в том, что на отечественном рынке недостаточно организаций, способных качественно обработать рыбу и привести ее к тому внешнему виду, которого требует покупатель. Поэтому рыба, вылавливаемая рыбаками Архангельска, Мурманска, Сахалина, Камчатки, за небольшую цену идет за рубеж и возвращается оттуда через Москву уже в обработанном виде. Или же эта рыба доходит в Москву через Европу, потому что транспортные издержки перевозок по Транссибу съедают всю прибыль предпринимателей. Московским торговым предприятиям, в свою очередь, легче и дешевле купить филе камчатской камбалы в Голландии, чем камбалу на самой Камчатке.

Для производителей рыбы имеется еще одно преимущество непосредственной продажи за границу. Иностранные партнеры платят реальными, «живыми»

деньгами, чего в настоящее время от абсолютного большинства российских предприятий требовать нельзя. В регионах очень широко распространены бартерные расчеты. В частности, рыбаки взамен выловленной рыбы получают горюче-смазочные материалы. Даже в Москве, финансовой столице, бартер широко используется. Одним из его последствий является появление на оптовом рынке рыбы первоначально неторговых структур, когда продажей рыбы занимаются представители портов, корабельных доков: оказывая услуги морякам и рыбакам, они получают оплату рыбой. Но иногда обмен в Москве носит несколько другой характер: торговые фирмы целенаправленно обмениваются небольшими количествами рыбы различных сортов, не увеличивая сильно их стоимость или вообще по себестоимости. Таким образом, фирмы достигают двух целей: проводят некоторого рода простое маркетинговое исследование и повышают свою конкурентоспособность, расширяя ассортимент.

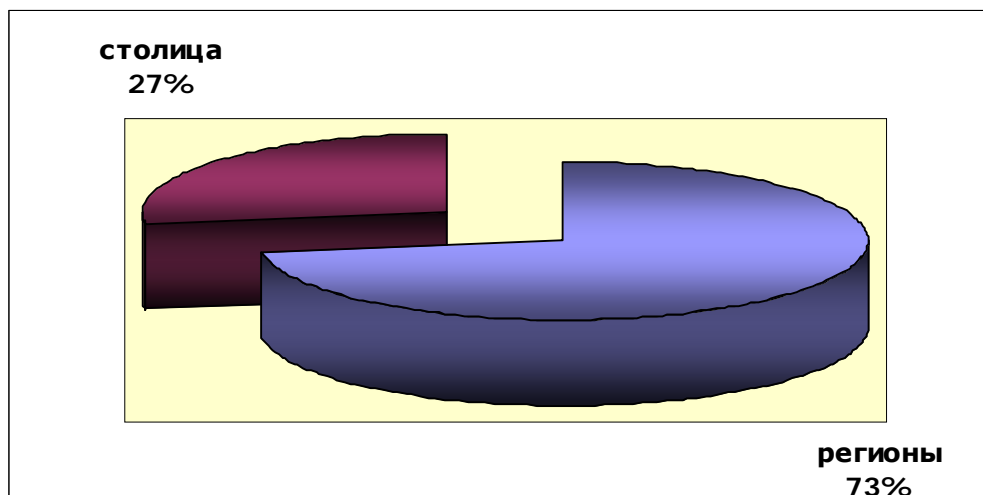
КАНАЛЫ СБЫТА МОРОЖЕНОЙ РЫБЫ НА МОСКОВСКОМ РЫНКЕ

В Москве мороженная рыба достигает своих потребителей двумя путями:

- § Рыночным, то есть через систему посредников и розничных предприятий.
- § Путем централизованного государственного распределения (например, обеспечение рыбой армии). Необходимо отметить, что коммерческие предприятия не имеют к этому никакого отношения и не могут в этом участвовать. Однако бывают случаи, когда деятельность государства и фирм пересекается: например, когда правительству не удается зарезервировать достаточную часть продукции рыбных артелей. Тогда правительство субсидирует некоторые местные банки денежными средствами, и у оптовых фирм дозакупается требуемое количество рыбы. Но такие случаи довольно редки, и они затрагивают преимущественно крупные оптовые фирмы, к которым правительство имеет доверие. Общая их доля в объеме сбыта невелика.

Участники рынка отмечают, что наибольший товарный поток направлен из Москвы в регионы. В среднем объем вывоза рыбы из столицы в общем объеме продаж оценивается в ... %.

ДИАГРАММА. СТРУКТУРА ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ МОРОЖЕНОЙ РЫБОЙ В МОСКВЕ



Источник: материалы сайта www.antema.ru

Причиной большого товаропотока в регионы является то, что Москва в настоящее время представляет из себя, как бы ворота для внешней торговли всей страны. Как экспортные, так и импортные операции осуществляются преимущественно через столицу.

Как правило, механизм импорта рыбы в Россию заключается в следующем. Несколько оптовых фирм, чаще московских, делают очень крупный заказ у иностранного экспортера. В один из портов страны: Мурманск, Архангельск — приходит большое судно, загруженное несколькими сотнями тонн различной рыбы. Затем рефсекциями вся рыба переправляется в Москву, в один или несколько холодильников. В случае, если объем поставки незначителен, то рыба переправляется из ближнего и дальнего зарубежья автотранспортом, но ее также неминуемо ожидает участь оказаться в одном из московских холодильников, откуда уже и осуществляется продажа. Таких крупных холодильников в Москве несколько: «Успех», «Портхлагокомбинат», «Очаково», «Меридиан» - всего около 10. Они используются крупными фирмами, такими как «Талекс», «Трал», арендуя помещения и проводящими непосредственно оттуда торговлю оптом.

Рыбу закупают все участники рынка мороженой рыбы: как средние, так мелкие и крупные торговые фирмы. Наибольшие объемы оборота у холодильников с региональными представителями оптовых фирм и предприятий, которые приезжают, заключают контракт, и для них сразу же снаряжаются рефсекции и

автотранспорт (при меньших объемах). Рыба отправляется во многие российские города. Таким образом, почти вся страна обеспечивается мороженой рыбой, преимущественно зарубежного производства (кроме того, отечественная рыба транспортируется внутри страны).

Розничный сектор

Супермаркеты, универсамы, а также продуктовые магазины являются наиболее распространенными местами покупок рыбной продукции.

Наиболее активно в последние годы развиваются супермаркеты и гипермаркеты. Их объемы продаж растут как за счет открытия новых торговых точек, так и за счет расширения круга потребителей.

В 2007 году крупнейшими торговыми сетями по количеству магазинов являлись сети:

§ «Магнит»

§ «Пятерочка» (X5 Retail Group).

§

§

§

Таблица. Рейтинг торговых сетей по величине торговой площади в 2007 г.

N	УК	Название сети	Формат	Торговая площадь, тыс. кв. м
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				

N	УК	Название сети	Формат	Торговая площадь, тыс. кв. м
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				
20				
21				
22				
23				
24				
25				

По-прежнему велика роль рынков в обеспечении населения продуктами питания, в том числе, рыбой.

ИМПОРТ ПРОДУКЦИИ

ОБЪЕМЫ ИМПОРТА

Объем импорта рыбы в 2007 году составил ... **тыс. тонн**, что в денежном выражении равняется \$... **млн**.

ОСНОВНЫЕ СТРАНЫ-ИМПОРТЕРЫ

Как показали произведенные расчеты, основной страной-импортером рыбы является Норвегия, доля которой в стоимостном выражении составила ...% и в натуральном ...% от общего объема импорта.

ТАБЛИЦА. ОСНОВНЫЕ СТРАНЫ-ИМПОРТЕРЫ РЫБЫ В 2007 ГОДУ, В НАТУРАЛЬНОМ ВЫРАЖЕНИИ

Страна-импортер	Вес нетто	
	кг	%

Страна-импортер	Вес нетто	
	кг	%
Всего		

Источник: данные таможенной статистики

ТАБЛИЦА. ОСНОВНЫЕ СТРАНЫ-ИМПОРТЕРЫ РЫБЫ В 2007 ГОДУ, В СТОИМОСТНОМ ВЫРАЖЕНИИ

Страна-импортер	Статистическая стоимость	
	\$	%
Всего		

Источник: данные таможенной статистики

ОСНОВНЫЕ СТРАНЫ-ПРОИЗВОДИТЕЛИ

Лидером по производству рыбной продукции для России является Норвегия. Ее доли составляют ...% в натуральном выражении и ...% в стоимостном выражении от общего объема импорта.

ЭКСПОРТ ПРОДУКЦИИ

ОБЪЕМЫ ЭКСПОРТА

Объем экспорта рыбы в 2007 году составил ... **тыс. тонн**, что в денежном выражении равняется \$... **млн**.

ОСНОВНЫЕ СТРАНЫ-ЭКСПОРТЕРЫ

Как показали произведенные расчеты, ...% всей продукции в натуральном выражении, вывозимые с территории России, приходятся на Китай. В стоимостном выражении на эту страну приходится ...% экспорта.

ТАБЛИЦА. ОСНОВНЫЕ СТРАНЫ-ИМПОРТЕРЫ РЫБЫ В 2007 ГОДУ, В НАТУРАЛЬНОМ ВЫРАЖЕНИИ

Страна-экспортер	Вес нетто	
	кг	%
Всего		

Источник: данные таможенной статистики

ТАБЛИЦА. ОСНОВНЫЕ СТРАНЫ-ЭКСПОРТЕРЫ РЫБЫ В 2007 ГОДУ, В СТОИМОСТНОМ ВЫРАЖЕНИИ

Страна-экспортер	Статистическая стоимость	
	\$	%

Страна-экспортер	Статистическая стоимость	
	\$	%
Всего		

Источник: данные таможенной статистики

ОСНОВНЫЕ ВИДЫ ЭКСПОТИРУЕМОЙ ПРОДУКЦИИ

Основным видом экспортируемой продукции является категория товара под кодом ... «Рыба мороженая, за исключением рыбного филе и прочего мяса рыбы» (...% от общего объема импорта в натуральном выражении и ...% в стоимостном).

СООТНОШЕНИЕ ЭКСПОРТА И ИМПОРТА

Рассмотрим соотношение импорта и экспорта рыбы в 2007 году. Как видно, доля импорта составляет порядка ... в стоимостном выражении и более ...% в натуральном выражении.

Однако по сравнению с другими рынками доля экспорта также является существенной.

ТАБЛИЦА. СООТНОШЕНИЕ ЭКСПОРТА И ИМПОРТА В 2007 ГОДУ, %

Направление перемещения	Вес нетто		Статистическая стоимость	
	кг	%	\$	%
Импорт				
Экспорт				
Всего				

Источник: данные таможенной статистики

РОССИЙСКОЕ ПРОИЗВОДСТВО

ОБЪЕМЫ РОССИЙСКОГО ПРОИЗВОДСТВА

Согласно данным, содержащимся в отчете МЭРТ РФ «Об итогах социально-экономического развития Российской Федерации за 2007 год», предприятиями и организациями рыбохозяйственного комплекса было выпущено **...тыс.т.** товарной пищевой рыбной продукции, включая рыбные консервы.

КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ

КОНКУРЕНЦИЯ МЕЖДУ КРУПНЕЙШИМИ ПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ

ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ КОНКУРЕНЦИИ

Конкуренция на рынке рыбных продуктов происходит по цене и качеству продукции, по ассортименту. Компании пытаются снизить себестоимость продукции путем вертикальной интеграции. Кроме того, усиление конкуренции, обусловленное появлением новых участников рынка в докризисный период, побуждает производителей к повышению качества выпускаемой продукции и большему вниманию к вопросам продвижения собственной продукции.

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ РЫБНОЙ ПРОДУКЦИИ

Как было сказано выше, особенностью рынка является его закрытость, что приводит к сложностям при определении его крупнейших игроков.

В данном разделе рассматриваются профили следующих компаний:

- § «Русское море»
- § «Меридиан»
- § «Северная Компания»
- § «Северный мир»
- § «Балтийский берег»
- § «Марина»

§

ТАБЛИЦА. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ РЫБНОЙ ПРОДУКЦИИ (ЧАСТЬ 1)

Компания	Год основания	Географический охват	Ассортимент продукции	Бренды	Доля на рынке

Источник: MA Step by Step

ТАБЛИЦА. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ РЫБНОЙ ПРОДУКЦИИ (ЧАСТЬ 2)

Компания	Финансовые показатели	Сильные стороны

Источник: MA Step by Step

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КРУПНЕЙШИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ В СЕКТОРЕ КОНСЕРВОВ

В данном разделе рассматриваются следующие игроки сектора:

- § ОАО «Калининградский Рыбконсервный комбинат»
- § ООО «Полесский Рыбконсервный завод»
- § ОАО «Рыбкомбинат Пищевик»
- § ООО «КРЕОН»
- § ЗАО «Рыбкомбинат Островной»

РЕЗЮМЕ

Итак, по результатам сравнительного анализа можно сказать следующее:

- Все игроки производят достаточно широкий ассортимент продукции, то есть конкурируют по данному параметру
- Наиболее сильные позиции по региональному охвату
-
-
-
- В качестве сильных сторон изучаемых игроков рассматриваются:
 - Глубокие исторические корни
 - Современное производство
 - Высокое качество продукции
 - Масштаб зоны распространения продукции
 - Близость к районам добычи сырья

КОНКУРЕНЦИЯ МЕЖДУ КРУПНЕЙШИМИ КОМПАНИЯМИ РОЗНИЧНОГО СЕКТОРА

Всего, по оценкам аналитиков РБК, на текущий момент в России осуществляют деятельность около ... торговых сетей.

В данном разделе производится сравнительный анализ крупнейших игроков сектора.

ТАБЛИЦА. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КРУПНЕЙШИХ РОЗНИЧНЫХ СЕТЕЙ (Часть 1)

Основные игроки	Оборот организации, \$ млн., 2007	Темпы роста, %	Кол-во магазинов	Магазины	Формат магазина	Географический охват

.....

Источник: MA Step by Step

ТАБЛИЦА. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КРУПНЕЙШИХ РОЗНИЧНЫХ СЕТЕЙ (Часть 2)

Основные игроки	Основные методы продвижения	Планы развития*

.....

*Данные планы были озвучены рядом игроков до начала финансового кризиса осени 2008 года, поэтому вполне вероятно, что в них будут внесены коррективы.

Источник: MA Step by Step

АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

ОПИСАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ СЕГМЕНТА B2C

По данным Госкомстата численность населения России на 1 января 2008 года составила 142,0 млн. человек, из которых 103,8 млн. проживает в городе, а 38,2 млн. в сельской местности. Таким образом, доля городских жителей составила 73%, сельского - 27%.

СТРУКТУРА ПОТРЕБЛЕНИЯ ПРОДУКЦИИ ПО ВИДАМ И ТИПАМ

Структура потребления и предпочтений населения находятся в прямой зависимости от уровня доходов семей. Так, по данным Института Аграрного Маркетинга, замороженная рыба наиболее популярна среди всего населения России, при этом у населения с доходами менее 10 тыс. рублей в месяц наиболее популярная замороженная рыба среднеценового сегмента – треска, минтай. По мере повышения дохода, расширяется ассортимент потребляемого продукта, в структуре появляются более дорогие виды рыб и упакованные рыбные продукты, в частности пресервы, нарезка и т.д.

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.