



Маркет
Аналитика

ДЕМО-ВЕРСИЯ

**РОССИЙСКИЙ РЫНОК МЯСА.
МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РЫНКА**

Москва, июнь 2010



СОДЕРЖАНИЕ

I. ВВЕДЕНИЕ

II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА МЯСА

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА МЯСА

- 1.1. Понятие услуги
- 1.2. Показатели социально-экономического развития
- 1.3. Российская пищевая промышленность
- 1.4. Влияющие рынки
- 1.5. Резюме по разделу

2. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА МЯСА

- 2.1. Сегментация Рынка по основным наименованиям мяса
- 2.2. Сегментация Рынка по технологии производства мяса
- 2.3. Сезонность на Рынке
- 2.4. Резюме по разделу

3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА МЯСА

- 3.1. Объем производства
- 3.2. Объем импорта
- 3.3. Объем рынка
- 3.4. Темпы роста Рынка
- 3.5. Резюме по разделу

4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА МЯСА

- 4.1. Уровень конкуренции, параметры конкуренции
- 4.2. Сегментация игроков рынка
- 4.3. Описание профилей крупнейших игроков Рынка

Группа компаний «ПРОДО»

ГК «Агро-Белогорье»

АПХ «Мираторг»

ГК «Черкизово»



Компания «Приосколье»

АПХ «БЭЗРК-Белгранкорм»

4.4. Резюме по разделу

5. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ МЯСА

5.1. Особенности сбытовой политики на Рынке

5.2. Описание розничного сегмента рынка

5.3. Ценообразование на рынке

5.4. Резюме по разделу

6. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА МЯСА

6.1. Описание потребителей на Рынке

6.2. Объем потребления на Рынке

6.3. Потребительские предпочтения на Рынке

6.4. Влияние кризиса на потребительскую активность

6.5. Резюме по разделу

7. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

7.1. Основные тенденции Рынка

7.2. STEERPLE-анализ рынка

7.3. Риски и барьеры при выходе на рынок

IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ



I. ВВЕДЕНИЕ

Рынок мясной продукции во все времена являлся одним из наиболее значимых продовольственных рынков в России. Еще во времена Советского Союза для поддержания инфраструктуры рынка были построены мясоперерабатывающие заводы, бойни, птицефабрики призванные обеспечить потребности городов всех размеров.

Развитие мясной промышленности России во многом определяется жизнеобеспеченностью населения. Долгосрочные интересы государства диктуют необходимость развития отечественной мясной промышленности не только в целях удовлетворения внутреннего спроса, но и обеспечения в перспективе экспортных поставок отдельных видов мясной продукции.

До недавнего времени потребление мяса в России, особенно в Москве и крупных городах постоянно росло, однако под влиянием кризиса структура спроса начала меняться – потребление свиного мяса сократилось, тогда как, спрос на более дешевые виды мяса вырос.

В настоящее время российская экономика постепенно преодолевает последствия экономического кризиса, что положительно сказывается на развитии рынка. Нельзя не отметить роль государства в укреплении позиций отечественных производителей на рынке, так, благодаря политике государства в области таможенного регулирования, происходит вытеснение с рынка импортного мяса (в основном куриного).

Таким образом, исследование рынка мясной продукции актуально на данный момент и представляет интерес для организаций, занимающихся производством и реализацией исследуемых видов продукции, а также консалтинговым, маркетинговым и рекламным агентствам.



III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА МЯСА

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА МЯСА

1.1. Понятие услуги

Мясо - скелетная поперечно-полосатая мускулатура животного с прилегающими к ней жировой и соединительной тканями, а также прилегающей костной тканью (мясо на костях) или без неё (бескостное мясо). Также, мясом иногда называют некоторые субпродукты:¹

- языки
- печень
- почки
- мозги
- сердце
- диафрагмы
- мясо голов и пищевода

...

1.2. Показатели социально-экономического развития

В настоящее время российская экономика постепенно восстанавливается от последствий мирового финансового кризиса и прежде всего, благодаря реализации антикризисных мер и адаптации экономики к изменившимся условиям.

Для большей наглядности, приведем описание фаз протекания кризиса в 2009г.²

1. С января по февраль 2009г. – **инерция кризиса**. Для данного этапа были характерны следующие особенности:

¹ ГОСТ Р 52427-2005 «Мясная промышленность. Продукты пищевые. Термины и определения»

² «Центр макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования», 2009г.



- Рост оттока капитала, вызванный как негативными ожиданиями, так и действиями Центрального банка, вынужденного поддерживать ликвидность банковской системы. Как следствие - наращивание покупок валюты и девальвация рубля
- Ухудшение финансового положения предприятий, за счет роста внереализационных расходов, вызванных переоценкой валютных обязательств в условиях девальвации рубля.
- Сокращение инвестиций в основной капитал, вследствие роста рисков по кредитам, а также снижения притока капитала из-за рубежа
- Кризис краткосрочного кредитования
- Спад производства практически во всех отраслях экономики, включая потребительские

В этот же период, государством было предпринято ряд мер, направленных на снижение потерь от кризиса, в числе которых:

- Поддержка банковской системы через системы государственных банков, беззалоговых кредитов и пр.
- Снижение давления на золотовалютные резервы

2. С марта по май 2009г. – **стабилизация в валютно-финансовой системе.**

Благодаря проведению политики «дорогих денег»³, период девальвации остановился, что привело к изменению экономической ситуации, в частности, произошло снижение давления на валютный рынок, а уровень обменного курса держался в установленных рамках. В различных секторах экономики начали происходить изменения.

³ Политика «дорогих денег» - проводится Центробанком, прежде всего, как антиинфляционная политика. Для того чтобы сократить денежное предложение, ограничивается денежная эмиссия, осуществляется продажа государственных ценных бумаг на открытом рынке, увеличивается минимальная резервная норма, увеличивается учётная ставка



- Компаниям **нефинансового сектора** было необходимо переходить к самофинансированию, по средствам внутренней адаптации компании к изменившимся условиям развития. Помимо организационных изменений, компании были вынуждены сократить издержки на оплату труда. Учитывая повышение цен на сырьевые товары, к середине 2009г. практически все отрасли экономики оказались в зоне прибыльности.
- Для **банковского сектора** новая ситуация означала необходимость функционировать под воздействием двух основных факторов:
 - Работа с «дорогими» ресурсами (депозиты населения и средства Банка России)
 - Работа в условиях возросших рисков кредитования

Результатом стало снижение кредитной активности банков, при усилении требований к финансовому положению заемщиков. Стоит отметить, что на рынке кредитования остались в основном крупные банки, имеющие дополнительные возможности по работе с клиентами, например широкая филиальная сеть, налаженная система работы с корпоративными клиентами и др.

3. С июня по декабрь 2009г. – **предпосылки стабилизации или перерыв спада**

Однозначно оценить данный период времени достаточно сложно, поскольку происходящие события имели как позитивную, так и негативную направленность.

Факторы стабильности:

- Адаптация компаний к самофинансированию, в результате чего стабилизировался уровень инвестиций в основной капитал.
- Российская экономика ощутила на себе эффект от увеличения мировых цен на сырье, и прежде всего - нефть.
- Облегчение доступа компаний к кредитным ресурсам.



В числе **негативных факторов**, замедляющих стабилизацию экономики, основным является - снижение занятости и реальных доходов населения, вызвавшее снижение потребительских расходов. При этом стоит отметить, что данный фактор является следствием адаптации предприятий к сложной экономической обстановке.

4. С января по май 2010г. – **постепенный выход из кризиса**

По словам председателя Банка России Сергея Игнатьева, российская экономика медленно, но достаточно уверенно выходит из кризиса, а в числе проблем он назвал волатильность⁴ на мировых товарных и финансовых рынках.⁵

В свою очередь премьер-министр РФ В.В. Путин, на недавнем совещании по вопросам сценарных условий развития экономики на 2011-2013г.г., отметил, что экономический спад будет преодолен в ближайшие три года.⁶

Основной вопрос, который беспокоит всех, начиная от политиков и заканчивая обычными гражданами – приобретет ли наметившийся тренд необходимую устойчивость или нас ожидает волна кризиса во второй половине 2010г. Ответ на этот вопрос будет зависеть от того, насколько грамотно будет использован наметившийся тренд.

Так, Министр экономического развития Российской Федерации Э.С. Набиуллина, на совместном заседании коллегий Минэкономразвития России и Минфина России озвучила 7 основных приоритетов деятельности министерства в 2010г.:⁷

⁴ **Волатильность** - финансовый показатель, характеризующий тенденцию рыночной цены или дохода, изменяющийся во времени. Является важнейшим финансовым показателем и понятием в управлении финансовыми рисками, где представляет собой меру риска использования финансового инструмента за заданный промежуток времени.

⁵ Источник: «Reuters» от 21.05.2010г.

⁶ Источник: «Правда.Ру» от 25.05.2010г.



- Улучшение инвестиционного климата
- Стимулирование инноваций
- Энергоэффективность
- Малый и средний бизнес
- Повышение эффективности внешнеэкономической политики, интеграция в рамках Единого экономического пространства и Таможенного союза
- Управление госсобственностью и приватизация
- Повышение эффективности государственного управления

Все эти приоритеты связаны между собой одной идеологией – создание среды для реализации потенциала модернизации и создания новых производств.

Что касается Рынка мяса, то он, как одна из составляющих российской экономики, находится под влиянием основных социально-экономических показателей и в первую очередь:

- Внутренний валовой продукт (ВВП)
- Уровень инфляции
- Уровень доходов населения
- Уровень занятости населения
- Розничная торговля

...

Уровень инфляции

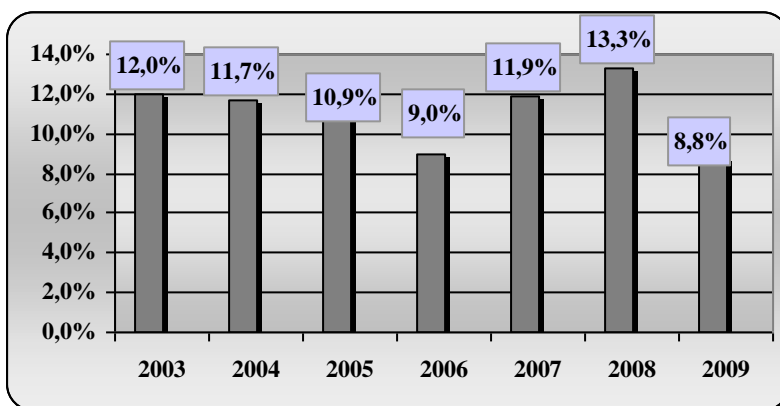
В изначальном варианте бюджета РФ на 2009г. планировалось, что инфляция составит 8,5%, затем Минэкономразвития РФ корректировало прогноз – в середине декабря 2008 – 11%, в

⁷ Источник: «Минэкономразвития России» - «Итоги деятельности Министерства экономического развития Российской Федерации в 2009 году и задачи на 2010 год», от 14.05.2010г.



январе 2009г. – 13%.⁸ Однако по итогам 2009г. инфляция составила 8,8%, что соответствует изначальным оценкам.⁹

Диаграмма 1. Уровень инфляции за период 2003-2009 гг. (к декабрю прошлого года), %



Источник: ФСГС, Минэкономразвития России, 2010 г.

...

Диаграмма 2. Индекс потребительских цен, в % к предыдущему месяцу (2009-2010г.г.), %

...

1.3. Российская пищевая промышленность

...

Таблица 1. Выпуск важнейших видов продукции пищевой промышленности

Виды продукции	Январь-апрель 2010г.	Апрель 2010г. в % к		Январь-апрель 2010г. в % к январю-апрелю 2009г.
		апрелю 2009г.	марту 2010г.	
Мясо и субпродукты убойных животных, тыс.тонн, в	336	123	98,8	119,7

⁸ www.economy.gov.ru

⁹ www.gks.ru



том числе:				
...
...

В дальнейшем, по оценкам экспертов, ситуация будет развиваться в следующих направлениях:

- вертикальная интеграция «вниз» крупных производителей, для обеспечения себе надежной собственной сырьевой базы и выигрыша на производственных издержках по сравнению с предприятиями-импортерами сырья;
- ...

...

2. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА МЯСА

2.1. Сегментация Рынка по основным наименованием мяса

Продукцию, представленную на рынке, можно классифицировать по следующим основаниям:¹⁰

1. По виду животного:

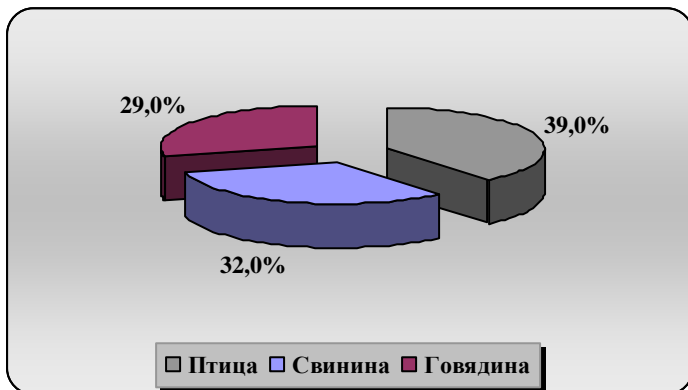
- Говядина
- Свинина
- Баранина
- Конина
- Птица

По данным «Мясного Союза России», наиболее емким сегментом российского рынка мяса является сегмент мяса птицы, на долю которого приходится 39,0% рынка, далее следуют свинина (32,0%) и говядина (29,0%).

¹⁰ <http://www.nordfish.ru>



Диаграмма 3. Структура Рынка по основным видам мяса, % (в натуральном выражении)



За последние годы структура отечественного рынка претерпела изменения – увеличилась доля мяса птицы с 27% в 2000г. до 39% в 2009г., а уже к 2012г. прогнозируется увеличение доли сегмента до 44%.¹¹

...

¹¹ Источник: «Мясной Союз России», 2009г.



3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА МЯСА

3.1. Объем производства

В официальной статистике существует несколько подходов к расчету объема производства мяса:

- **Производство мяса в убойном весе** - вес чистого мяса и сала в туше, полученной от убитого животного. Он находится в известном процентном отношении к живому весу и колеблется в зависимости от породы, роста и откорма.
- **Производство мяса в живом весе** - вес, определяемый взвешиванием животного в том виде, как оно живет.

По данным «Минсельхоз РФ», объём производства мяса (**в убойном весе**) в 2009г. составил **6,72 млн. тонн** и вырос на 7,2% по сравнению с 2008г.¹² Наиболее высокими, за последние несколько лет, темпы роста были в 2007 году – 9,7%.

...

3.2. Объем импорта

По итогам 2009г. поставки импортного мяса в РФ сократились на 23%, по сравнению с аналогичным периодом 2008г. Причинами столь резкого падение импорта являются:

- Снижение квот на ввоз в РФ мяса птицы - на 300 тыс. тонн.
- ...

...

¹² Источник: Журнал «Животноводство России», 2010г.



По прогнозам «Минсельхоза РФ», в ближайшие три года наиболее сильно сократятся поставки мяса птицы, что говорит о замещении импортного мяса продукцией отечественного производства. Что касается импорта охлажденной и замороженной говядины, то квоты останутся на прежнем уровне, ввиду дефицита данного вида мяса в России.

3.3. Объем рынка

По данным «Мясного Союза России» в 2009г. объем рынка мяса составил 9,3 млн. тонн, что на 200 тыс. тонн меньше, чем в 2008г.¹³ Попробуем рассчитать объем рынка исходя из имеющихся данных:

- Объем производства мяса
- Объем импорта мяса

Таблица 2. Исходные данные для расчета объема рынка мяса, тонн

...

Итак, объем рынка рассчитан исходя из суммарных данных по объему внутреннего производства и импорта мяса. Таким образом, **объем** российского рынка мяса в 2009г. составил – ... **млн. тонн**, что на ... тыс. тонн меньше чем в 2008г., тогда показатель объема достиг отметки в 9,52 млн. тонн.

Диаграмма 4. Объем рынка мяса в 2007-2012г.г., млн. тонн

...

Объём Рынка в **денежном выражении** составил ... млрд. долл., что на ... млрд. долл. меньше, чем в 2008 году.

¹³ www.myasnoy-soyuz.ru



Диаграмма 5. Объем рынка мяса в 2007-2009г.г., млрд. долл.

...

Аналогичным образом рассчитан объем сегментов рынка мяса.

Таблица 3. Объем различных сегментов рынка мяса в 2007-2009г.г., млн. тонн

Объем рынка	2007г.	2008г.	2009г.
Мясо птицы	3,21	3,44	...
Свинина	2,56
Говядина	2,48

Источник: «Мясной Союз России», 2009г.

Наиболее емким сегментом рынка является **сегмент мяса птицы**, на долю которого в 2009г. пришлось 37,2% рынка или ... млн. тонн. По сравнению с 2008г. сегмент сократился на 20 тыс. тонн.

...

3.4. Темпы роста Рынка

Рассмотрим динамику развития рынка в натуральном и стоимостном выражении.

Итак, в 2009г. отечественный рынок мяса сократился на ...% (в натуральном выражении), для сравнения за аналогичный период 2008г. рынок вырос на 7,1%.

...



4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА МЯСА

4.1. Уровень конкуренции, параметры конкуренции

Конкуренция между производителями мяса ведется по следующим основным параметрам:

- По видам продуктовых групп и ширине линейки каждой группы;
- По цене выпускаемой продукции;
- По географическому охвату.

4.2. Сегментация игроков рынка

Основными производителями **свинины** являются сельхозорганизации. Но можно выделить несколько крупных компаний, таких, как **ГК «Агро-Белогорье»**, **АПХ «Мираторг»** и **ГК «Продо»**, для которых свиноводство является одним из основных направлений бизнеса.

Диаграмма 6. ТОП-10 производителей свиного мяса, % (в тоннах убойного веса)



...



4.3. Описание профилей крупнейших игроков Рынка

Группа компаний «ПРОДО»

<http://www.prodo.ru/>

О компании

«Продо» - группа вертикально интегрированных животноводческих и мясоперерабатывающих предприятий России, управляемых компанией Millhouse Capital. Компания была основана в 2004 году.

Ассортиментный портфель

Ассортимент продукции составляет свыше 1,5 тысяч наименований колбасных изделий, продуктов из мяса птицы, охлажденных и замороженных полуфабрикатов, а также всевозможных мясных деликатесов.

Портфель брендов

- «Дарья»
- «Добрый продукт».

Структура компании

Группе принадлежат следующие предприятия:

- Мясокомбинат «Клинский»
- «Калужская птицефабрика»
- Мясокомбинат «Ильиногорское»
- «Дивеевский мясокомбинат»
- «Линдовская птицефабрика»
- Птицеперерабатывающий комбинат «Линдовское»
- Агрофирма «Приазовская»



- Мясокомбинат «Тольяттинский»
- Уфимский мясоконсервный комбинат
- Пермский мясокомбинат
- Птицефабрика «Пермская»
- Птицефабрика «Калининская»
- Птицефабрика «Тюменский бройлер»
- Группа компаний «Омский бекон»
- Птицефабрика «Сибирская».

Торговые дома «Продо»:

- Клинский филиал «Продо ДК»
- Нижегородский филиал «Продо ДК»
- Ростовский филиал «Продо ДК»
- Тольяттинский филиал «Продо ДК»
- Башкирский филиал «Продо ДК»
- Пермский филиал «Продо ДК»
- Тюменский филиал «Продо ДК»
- Омский филиал «Продо ДК».

Направления деятельности

- Производство комбикорма
- Мясопереработка
- Птицеводство
- Оптовая продажа.

География деятельности

Рынки сбыта продукции компании - 30 регионов, важнейшие из которых:

- Москва и МО
- Санкт-Петербург



- Республика Башкортостан
- Ростовская область
- Пермская область
- Омская область
- Тюменская область.

Взаимодействие с поставщиками, местными дистрибьюторами и розничными сетями осуществляется через региональные представительства – торговые дома «Продо».

Показатели деятельности

- Численность персонала - более 20 тыс. человек по всей России
- Доля «Продо» на российском рынке мяса в 2009 году составила около 6,9% на рынке птицы, на рынке свинины 5,2%.

Планы по развитию

Расширение производства. В планах компании следующие инвестиционные проекты:

- Инвестиции в размере 1,6 млрд. рублей в производство мяса индюшат-бройлеров мощностью 17 тыс. тонн в год на ООО «Нижегородский бройлер». Планируемый срок окупаемости проекта составит 65 месяцев.
- Инвестиции в размере 1 млрд. рублей в увеличение производства мяса бройлеров на 19 тыс. тонн (примерно в 2,2 раза) на ОАО «Линдовская птицефабрика». Срок окупаемости проекта - 60 месяцев.
- Инвестиции в размере 983 млн. рублей в реконструкцию ООО «Ильиногорское» с увеличением мощности производства мяса свинины на 3,5 тыс. тонн (25%). Срок окупаемости проекта составляет 97 месяцев.



По данным газеты «Ведомости», в 2010г. «Альфа-банк» станет совладельцем и эксклюзивным инвестором группы «Продо». Это стало одним из условий реструктуризации долга холдинга в 3,5 млрд. руб.¹⁴

...

5. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ МЯСА

5.1. Особенности сбытовой политики на Рынке

Основными каналами сбыта мяса и мясопродуктов являются дистрибьюторы и розница. На рынке существует значительное число компаний, занимающихся поставками мяса. Оптовые предприятия в основном работают с розницей – магазинами различного уровня, от торговых сетей до магазинов «районного» типа. Розницу представляют супермаркеты, гипермаркеты, небольшие продовольственные магазины, рынки и другие торговые точки.

...

5.2. Описание розничного сегмента рынка

В условиях кризиса особенно важно понимать, какие каналы способны донести необходимые объёмы товара до потребителя и обеспечить максимально возможную прибыль. Поэтому основным вопросом для поставщика является выбор розничного канала реализации.

В зависимости от формата на рынке розничной торговли продуктами питания представлены следующие игроки: cash & carry, гипермаркеты, супермаркеты, дискаунтеры, магазины у дома, рынки.

¹⁴ <http://www.bportal.ru/readybiz/newsdetail.asp?id=6110>



В 2009г. на долю дискаунтеров пришлось около 43% оборота российских продовольственных сетей, на долю супермаркетов - 30%, гипермаркетов (включая cash & carry) - 27%.

...

5.3. Ценообразование на рынке

В конце 2009г. цены производителей на говядину составили 149,9 руб./кг (I категория), на свинину – 134,7 руб./кг (I категория), на мясо птицы – 85,2 руб./кг

Таблица 4. Динамика цен производителей и потребительские цены на мясо в конце 2009г., руб./кг

Вид мяса	Цены производства	Потребительские цены
Говядина		
Говядина I категории отечественная	149,9	...
Говядина II категории отечественная
Свинина		
Свинина II категории отечественная
Свинина III категории отечественная
Мясо птицы		
Мясо кур I категории, включая бройлеров, отечественное
Окорочка куриные отечественные
Окорочка куриные импортные	--	95,5

Источник: «Минсельхоз РФ», 2009г.



6. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА МЯСА

6.1. Описание потребителей на Рынке

Потребителей на рынке мяса можно разделить на физических и юридических лиц. Далее рассмотрим каждый из этих сегментов более подробно.

Описание сегмента B2B

В сегменте B2B представлены следующие потребители:

- Мясоперерабатывающие предприятия
- Оптовые компании
- Розничные торговые точки

...

Описание сегмента B2C

...

Диаграмма 7. Годовое потребление мяса на душу населения в 2009г., кг

...

По уровню потребления мяса и мясопродуктов на душу населения первое место занимают США, жители которых в среднем потребляют 115кг этой продукции в год. Уровень потребления мяса в других странах, таких как Австралии, Канада или европейские страны, также выше биологической нормы.



6.2. Потребительские предпочтения на Рынке

...

Диаграмма 8. Частота покупки охлажденного мяса курицы, в % от числа опрошенных

...

Диаграмма 9. Места покупки охлажденного мяса курицы, в % от числа опрошенных

...

...



7. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

7.1. Основные тенденции Рынка

- Поставщики оборудования для мясной промышленности отмечают, что после «затишья» 2009г., в 2010г. начали поступать заказы на поставку оборудования. В основном это те заказы, которые были отложены в период пика кризиса.
- Снижение конкуренции со стороны импортеров, дало дополнительные стимулы для роста внутреннего производства, таким образом, сейчас идет активный процесс импортозамещения. В результате начала обостряться конкуренция между российскими предприятиями, что усилило позиции производителей с углубленной переработкой сырья, расширенным ассортиментом.
- В 2010г. прирост производства мяса будет обеспечен благодаря реализации 23 новых проектов по строительству птицеводческих комплексов мощностью 320 тысяч тонн в год. *(Источник: «RUSSIAN FOOD & DRINKS MARKET», №2 2010г.)*
- С целью снижения импорта, планируется последовательное снижение квот на импорт мяса в течение 3 лет.
- Крупные агрохолдинги создают предприятия замкнутого цикла: со своей кормовой и сырьевой базами, первичной переработкой, выпуском продукции, ее поставкой на прилавки. *«...Создание такой производственной цепочки оправдано, так как в этом случае холдинг получает возможность контролировать весь производственный процесс с точки зрения качества и снижения себестоимости конечного продукта».* *(Источник: Елена Тюрина, «ИАМ», 2010г.)*
- Лидеры рынка укрупняются за счет мелких и средних предприятий, забирая их рыночную долю.



7.2. STEEPLE-анализ рынка

STEEPL-анализ - маркетинговый инструмент, предназначенный для выявления политических (Political), экономических (Economic), социальных (Social), технологических (Technological), экологических (Ecology), правовых (legal) и этических (Ethic) аспектов внешней среды которые могут повлиять на стратегию компании. . Каждый фактор имеет знак (-) или (+) – в зависимости от качества влияния его на рынок. Данный вид анализа выявляет значимые для развития рынка факторы, а также представляет оценку степени влияния этих факторов на изучаемую отрасль.

S	Социальные факторы
	<ul style="list-style-type: none">• Ухудшение материального положения населения России (-)• Смещение спроса в сторону более дешевых видов мяса (-)
T	Технологические факторы
	<ul style="list-style-type: none">• ...
E	Экономические факторы
	<ul style="list-style-type: none">• ...
E	Факторы окружающей среды
	<ul style="list-style-type: none">• ...
P	Политические факторы
	<ul style="list-style-type: none">• ...
L	Правовые факторы
	<ul style="list-style-type: none">• ...

Источник: «Маркет Аналитика»

...



ПЕРЕЧЕНЬ ТАБЛИЦ И ДИАГРАММ

- Таблица 1. Содержание веществ в мясе различных видов животных, %
- Диаграмма 1. Динамика ВВП за период 2005-2009гг., в текущих ценах, млрд. руб.
- Диаграмма 2. Прогноз величины ВВП на 2010-2012г.г., в номинальных ценах, млрд. руб.
- Диаграмма 3. Уровень инфляции за период 2003-2009 гг. (к декабрю прошлого года), %
- Диаграмма 4. Индекс потребительских цен, в % к предыдущему месяцу (2009-2010г.г.), %
- Диаграмма 5. Уровень занятости в апреле 2010г., %
- Диаграмма 6. Уровень безработицы по федеральным округам (% от численности экономически активного населения)
- Диаграмма 7. Динамика численности безработных за 2009-2010 гг., млн. чел.
- Диаграмма 8. Динамика среднемесячной номинально начисленной заработной платы, руб.
- Диаграмма 9. Динамика оборота розничной торговли за период 2009-2010 гг., млрд. руб.
- Диаграмма 10. Структура оборота розничной торговли в 2010г., %
- Таблица 2. Выпуск важнейших видов продукции пищевой промышленности
- Диаграмма 11. Структура использования сырья для производства комбикормов, %
- Диаграмма 12. Структура производства комбикормов в РФ в 2009г., %
- Диаграмма 13. Объем производства комбикормов в РФ в 2006-2009г.г., млн. тонн
- Диаграмма 14. Динамика рынка колбасных изделий РФ в 2006-2009г.г., тыс. тонн
- Диаграмма 15. Динамика рынка мясных полуфабрикатов РФ в 2006-2009г.г., тыс. тонн
- Диаграмма 16. Структура Рынка по основным видам мяса, % (в натуральном выражении)
- Диаграмма 17. Изменение структуры российского рынка мяса в 2000-2012г.г., % (в натуральном выражении)
- Таблица 3. Сегментация Рынка по упитанности животного
- Таблица 4. Сегментация Рынка в зависимости от части животного
- Диаграмма 18. Динамика производства мяса в России за период 2006-2009 гг., млн. тонн (в убойном весе)
- Диаграмма 19. Динамика производства мяса в России за период 2006-2009 гг., млн. тонн (в живом весе)



Диаграмма 20. Структура производства мяса по Федеральным округам в 2009г. (в живом весе), %

Диаграмма 21. Динамика российского рынка свинины в натуральном выражении за период 2007-2012 гг., тыс. тонн

Диаграмма 22. Динамика российского рынка говядины и телятины в натуральном выражении за период 2007-2012 гг., тыс. тонн

Диаграмма 23. Динамика российского рынка мяса птицы в натуральном выражении за период с 2007-2012 гг., млн. тонн

Диаграмма 24. Динамика импорта мяса на российский рынок в 2008-2012г.г., тыс. тонн

Таблица 5. Объем импорта различных видов мяса на российский рынок в 2008-2012г.г., тыс. тонн

Диаграмма 25. Динамика импорта различных видов мяса на российский рынок в 2008-2012г.г., %

Таблица 6. Исходные данные для расчета объема рынка мяса, тонн

Диаграмма 26. Объем рынка мяса в 2007-2012г.г., млн. тонн

Диаграмма 27. Объем рынка мяса в 2007-2009г.г., млрд. долл.

Таблица 7. Объем различных сегментов рынка мяса в 2007-2009г.г., млн. тонн

Диаграмма 28. Структура российского рынка мяса в 2009г. (в натуральном выражении), %

Диаграмма 29. Динамика рынка мяса в 2008-2012г.г., млн. тонн

Диаграмма 30. Динамика рынка мяса в 2008-2012г.г., млрд. долл

Таблица 8. Объем различных сегментов рынка в 2009-2012г.г., млн. тонн

Диаграмма 31. Динамика различных сегментов рынка в 2008-2012г.г.

Диаграмма 32. ТОП-10 производителей свиного мяса, % (в тоннах убойного веса)

Диаграмма 33. ТОП-10 производителей мяса птицы, % (в тоннах убойного веса)

Диаграмма 34. Динамика основных показателей деятельности АПХ «Мираторг» за период 2007-2009 гг. млрд. рублей

Таблица 9. Сравнительная характеристика крупнейших игроков (производителей) российского рынка мяса

Схема 1. Цепочка движения товара на Рынке



Диаграмма 35. Структура продуктового ритейла по показателю оборота

Таблица 10. Динамика цен производителей и потребительские цены на мясо в конце 2009г., руб./кг

Диаграмма 36. Структура населения России по территориальному признаку

Таблица 11. Структура населения по величине среднедушевых денежных доходов

Диаграмма 37. Годовое потребление мяса на душу населения в 2009г., кг

Диаграмма 38. Частота покупки охлажденного мяса курицы, в % от числа опрошенных

Диаграмма 39. Места покупки охлажденного мяса курицы, в % от числа опрошенных

Таблица 12. Предпочтения по стоимости охлажденного мяса курицы, в % от числа респондентов

Диаграмма 40. Влияние торговой марки на выбор охлажденного мяса курицы, % (от числа респондентов)

Диаграмма 41. Наиболее популярные торговые марки охлажденного мяса курицы, % (от числа респондентов)

Диаграмма 42. Отношение потребителей к свиному мясу, % от числа потребителей

Диаграмма 43. Причины отказа от покупки свинины, % от числа не покупающих свинину

Диаграмма 44. Частота покупки свинины, % от числа не покупающих свинину

Диаграмма 45. Объем покупки свинины за один раз, % от числа не покупающих свинину

Диаграмма 46. Факторы, влияющие на выбор свинины, % от числа не покупающих свинину

По поводу приобретения готовых маркетинговых исследований компании «Маркет Аналитика» обращайтесь по указанным контактам.

Контактная информация:

Телефон: +7 (495) 720-13-80

E-mail: info@marketanalitika.ru

WWW.MARKETANALITIKA.RU