

**АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЁТ ПО  
МАРКЕТИНГОВОМУ  
ИССЛЕДОВАНИЮ РОССИЙСКОГО  
РЫНКА  
ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ  
РАСТИТЕЛЬНОГО  
ПРОИСХОЖДЕНИЯ  
(РАСТЕНИЕВОДСТВА)**

**ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ**

**Дата выпуска отчета:  
январь 2009 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**

<b>ОГЛАВЛЕНИЕ</b> .....	<b>2</b>
<b>Аннотация</b> .....	<b>4</b>
Цель исследования .....	4
Описание исследования .....	4
<b>Полное содержание исследования</b> .....	<b>5</b>
<b>Список диаграмм</b> .....	<b>8</b>
<b>Список таблиц</b> .....	<b>9</b>
<b>Выдержки из исследования</b> .....	<b>10</b>
Определение продукции .....	10
Сегментирование продукции по основным наименованиям .....	10
Тенденции различных сегментах Продукции .....	11
Объем Рынка в натуральном выражении.....	12
Объем Рынка в денежном выражении.....	12
Темпы роста Рынка .....	12
Влияние сезонности на Рынок.....	13
Государственная поддержка или Тенденции Рынка в условиях кризиса.....	13
Краткое описание основных сегментов участников Рынка .....	15
Производители .....	15
Дистрибьюторы продукции .....	17
Розничный сектор .....	17
Импорт продукции .....	19
Объемы импорта .....	19

Экспорт продукции .....	20
Объемы экспорта .....	20
Основные страны-экспортеры .....	20
Основные параметры конкуренции.....	21
<b>Анализ потребителей.....</b>	<b>24</b>
Структура потребления Продукции или Услуги по видам и брендам Продукции или Услуг.....	24
Потребительские мотивации и поведение при покупке Продукции или Услуги .....	25

## **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:** 76 стр.

**Язык отчета:** русский

**Отчет содержит:** 18 диаграмм, 12 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

Общая экономическая ситуация

Динамика валового внутреннего продукта. Промышленное производство

Уровень инфляции

Уровень доходов населения

Розничная торговля

Уровень безработицы

Цены на нефть

Описание отрасли

Сельское хозяйство

Животноводство

Описание влияющих Рынков

Рынок удобрений

Рынок сельскохозяйственной техники

Сегментация и структура Рынка

Определение продукции

Сегментирование продукции по основным наименованиям

Полеводство

Овощеводство

Плодоводство

Тенденции различных сегментах Продукции

Основные количественные характеристики Рынка

Объем Рынка в натуральном выражении  
Объем Рынка в денежном выражении  
Темпы роста Рынка  
Влияние сезонности на Рынок  
Государственная поддержка или Тенденции Рынка в условиях кризиса  
Сбытовая структура Рынка  
Цепочка движения товара  
Краткое описание основных сегментов участников Рынка  
Производители  
Дистрибьюторы продукции  
Розничный сектор  
Основные принципы ценообразования  
Объемы импорта и экспорта  
Импорт продукции  
Объемы импорта  
Экспорт продукции  
Объемы экспорта  
Основные страны-экспортеры  
Основные компании-экспортеры  
Основные тенденции в структуре импорта-экспорта  
Конкурентный анализ  
Основные параметры конкуренции  
Основные производители. Описание профилей крупнейших компаний  
Разгуляй Крупа (Группа Разгуляй)  
Русагро  
Стойленская Нива  
Мираторг  
Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора  
Описание профилей крупнейших компаний розничного сектора  
X5 Retail Group  
Metro Group  
ОАО «Магнит»

ООО «Ашан»

ОАО «ДИКСИ Групп»

ООО «Лента»

ОАО «Седьмой континент»

ООО «О'КЕЙ»

ГК «Виктория»

ОАО «ТД «Копейка»

Сравнительная характеристика крупнейших сетевых розничных компаний по основным описательным параметрам и стратегии их развития

Анализ потребителей

Структура потребления Продукции или Услуги по видам и брендам Продукции или Услуг

Потребительские мотивации и поведение при покупке Продукции или Услуги

Зависимость спроса на Продукцию или Услуги от различных характеристик потребителя. Эластичность спроса.

Обобщающие выводы и рекомендации

СТЕР–анализ факторов, влияющих на Рынок

Риски, связанные с Рынком, способы избежать рисков

Тенденции Рынка

Общие выводы по отчету

Приложения

Приложение 1. Стоимость отдельных видов минеральных удобрений в 2008г., руб. за тонну

Приложение 2. Индексы цен в ноябре и декабре 2008г.

## СПИСОК ДИГРАММ

- Диаграмма 1. Динамика объема ВВП, прирост, в % к предыдущему году
- Диаграмма 2. Уровень инфляции 2003 – 2009 (прогноз) 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 6. Динамика численности безработных в 2008 году (с сентября – оценка), тыс. чел.
- Диаграмма 7. Цены на нефть марки URALS в 2008г (январе-ноябре), долл/баррель
- Диаграмма 8. Цена минеральных удобрений - руб. за тонну (тыс. литров)
- Диаграмма 9. Доля различных с/х. культур в общем объеме собранного урожая, %
- Диаграмма 10. Урожай различных с/х культур в 2007-2008г.г., млн. тонн
- Диаграмма 11. Структура производства зерна по видам культур, 2008г, %
- Диаграмма 12. Структура экспорта агропродукции в июле – ноябре 2008г.
- Диаграмма 13. Структура экспорта зерновых культур в июле-ноябре 2008г.
- Диаграмма 14. Средние экспортные цены на зерно, долл. за тонну
- Диаграмма 15. Основные страны назначения агропродукции в июле - ноябре 2008г., %
- Диаграмма 16. Компании-экспортеры зерновой продукции в июле - ноябре 2008г., %
- Диаграмма 17. Соотношение посевных площадей АПК «Стойленская Нива»
- Диаграмма 18. Структура посевных площадей «Мираторг»



## СПИСОК ТАБЛИЦ

Рисунок 1. Сбытовая структура рынка

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

Таблица 2. Распределение сельскохозяйственных угодий РФ по землепользователям 1992-2006 г., млн. Га

Таблица 3. Объемы различных сегментов Рынка удобрений

Таблица 4. Количество сельскохозяйственной техники, находящейся в эксплуатации в декабре 2008г, тыс. шт.

Таблица 5. Цены приобретения сельскохозяйственной техники по России, тыс. руб. за шт.

Таблица 6. Сбор урожая в хозяйствах всех категорий на ноябрь 2008г, млн. тонн

Таблица 7. Размер собранного урожая на 1 ноября 2008г. в разрезе категорий сельхозпроизводителей, %

Таблица 8. Сравнительная характеристика игроков рынка по основным параметрам

Таблица 9. Сравнительная характеристика основных игроков розничного сегмента Рынка

Таблица 10. Потребление основных продуктов питания по РФ, на душу населения в кг/год

Таблица 11. СТЕП-анализ российского рынка растениеводства

Таблица 12. Возможные риски, связанные с Рынком

## ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

### **ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПРОДУКЦИИ**

**Растениеводство** - возделывание культурных растений с целью их использования как источник продуктов питания, получения продукции для кормовых целей, а также сырья для промышленности.

### **СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПРОДУКЦИИ ПО ОСНОВНЫМ НАИМЕНОВАНИЯМ**

Растениеводство включает в себя следующие разделы:

- Полеводство
- Овощеводство
- Плодоводство
- Виноградарство
- Кормопроизводство и др.

## ТЕНДЕНЦИИ РАЗЛИЧНЫХ СЕКМЕНТАХ ПРОДУКЦИИ

В числе тенденций, характерных для Рынка, можно отметить следующие:

- Высокие темпы роста производства в аграрном секторе в 2008г., которые превысили запланированные показатели в несколько раз. Так, по данным официальной статистики урожай зерновых увеличился на ... %. Однако низкий уровень развития логистической и складской инфраструктуры в отрасли, не позволяет обеспечить сохранность части урожая.
- Наибольший объем производства зафиксирован в следующих сегментах растениеводства: рис, сахарная свекла, картофель, а по объемам сбора подсолнечника и кукурузы обновлены исторические рекорды. Крупные экспортеры, которые ранее не работали с кукурузой, стали строить планы по ее экспорту.
- В виду небывало высокого урожая, ситуацию на рынке и в том числе уровень цен определяют покупатели, что негативно сказывается на рынке.
- Усиление роли государства на рынке. Более подробно данный вопрос будет рассмотрен в соответствующем разделе отчета.
- Среди негативных тенденций можно отметить усложнение в получении кредитов. Так, ряд банков отказалось от кредитования сельского хозяйства, другие же существенно увеличили кредитную ставку (...-...%). В этой связи возникают сложности с обновлением основных фондов, а также привлечением в отрасль инвесторов. Изменить сложившуюся ситуацию под силу лишь государству.

## ОБЪЕМ РЫНКА В НАТУРАЛЬНОМ ВЫРАЖЕНИИ

Для оценки Рынка в натуральном выражении, приведем данным «Росстат» за 2008г.

**ТАБЛИЦА. СБОР УРОЖАЯ В ХОЗЯЙСТВАХ ВСЕХ КАТЕГОРИЙ НА НОЯБРЬ 2008г, млн. тонн**

Продукция	Хозяйства всех категорий
Зерновые и зернобобовые культуры	
Картофель	
Сахарная свекла	
Овощи	
Подсолнечник	
Всего	

*Источник: «Росстат», 2009г.*

Итак, наибольшую долю занимают сегмент зерновых и зернобобовых культур – ... млн. тонн.

## ОБЪЕМ РЫНКА В ДЕНЕЖНОМ ВЫРАЖЕНИИ

По данным «Росстат» в январе-ноябре 2008г. **объем продукции сельского хозяйства** всех сельхозпроизводителей в действующих ценах, по расчетам, составил ... млрд. руб.

## ТЕМПЫ РОСТА РЫНКА

Объем производства продукции сельского хозяйства за девять месяцев вырос на ... %, в том числе в растениеводстве - на ... %. (*«Министерство сельского хозяйства РФ», 2008г.*)

По мнению экспертов, не смотря на кризисные явления в экономике, рынок будет демонстрировать рост.

## **Влияние сезонности на Рынок**

Влияние сезонности на Рынок стоит признать значительным, при этом основное влияние оказывают климатические условия того или иного региона, так как от этого зависят сроки посевных/уборочных работ, а также урожайность.

Кроме того, под влиянием сезонных факторов формируется и спрос на трудовые ресурсы. Сезонность выражается в увеличении потребности в труде в период посевных работ, ухода за растениями, уборки урожая и в уменьшении ее в зимний период

## **Государственная поддержка или Тенденции Рынка в условиях кризиса**

В настоящее время в России действует государственная программа развития сельского хозяйства на период до 2012г. Реализация данной программы предполагает:

- Устойчивое развитие сельских территорий
- Создание общих условий функционирования сельского хозяйства
- Развитие приоритетных отраслей сельского хозяйства
- Достижение финансовой устойчивости хозяйств
- Регулирование рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия

Однако в условиях мирового финансового кризиса, от государства требуются оперативные решения, направленные на стабилизацию отрасли, как одной из стратегических.

Отметим некоторые **шаги государства** в данном направлении:

- В январе 2009г. Правительством РФ утвержден проект **создания крупного зернового трейдера – «Объединенная зерновая компания»**, который, помимо экспорта зерна, будет заниматься строительством элеваторов, зерновых терминалов и железнодорожными перевозками. По мнению участников рынка, создание госкомпании приведет к монополизации рынка.
- Осуществление масштабных закупок зерна со стороны государства – порядка 18 - 20 млн. тонн зерна, что в условиях снижения цен, является ощутимой поддержкой.
- В конце 2008г. Правительство РФ утвердило перечень системообразующих организаций, состоящий из 34 предприятий пищевой промышленности и агрокомплекса
- На 2009г. Правительством РФ запланировано выделение **кредитных средств** для сельского хозяйства в размере **866 млрд. руб.**, при этом данные средства предназначены как для крупных хозяйств, так и частных фермерских хозяйств. Кроме того, планируется выделение средств на поддержание **экспортных поставок зерна – порядка 10 млрд. руб.**, что должно способствовать укреплению позиций РФ на зарубежных рынках. Для этих целей будет увеличен уставный капитал «Россельхозбанка» (на 35 млрд. руб.) и «Росагролизинг» (на 12,5 млрд. руб.)

Среди мер по поддержке отечественных экспортеров, можно выделить:

- Прямые экспортные субсидии
- Ускоренный возврат НДС экспортерам
- Снижение железнодорожных тарифов и стоимости услуг экспедиторов
- Удешевление перевалки зерна в портах и предоставление связанных кредитов странам-импортерам зерна

## **КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ ОСНОВНЫХ СЕГМЕНТОВ УЧАСТНИКОВ РЫНКА**

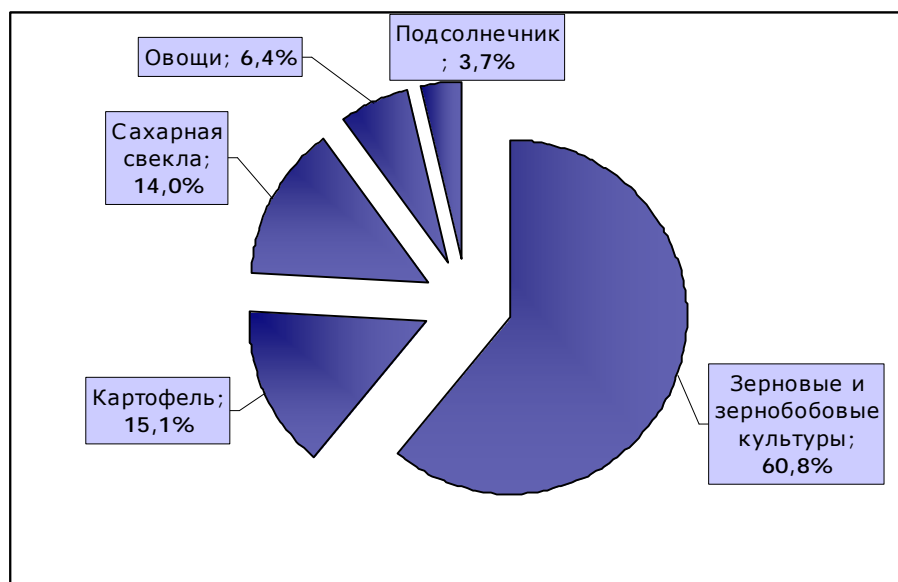
### **ПРОИЗВОДИТЕЛИ**

По информации «Росстат», к началу ноября 2008г., в процессе сбора урожая было обработано площадей:

- Зерновые культуры - ...% площадей
  - кукуруза на зерно - с ...%.
- Картофель - ...% посадки
- Овощи - ...% посевов.
- Сахарная свекла (фабричная) - ...% площадей
- Подсолнечник - ...% посевов

В результате было собрано ... **млн. тонн зерна** в первоначально-оприходованном весе, ... млн.тонн подсолнечника, накопано ... млн.тонн сахарной свеклы (фабричной), ... млн.тонн картофеля, собрано ... млн.тонн овощей.

**ДИАГРАММА. ДОЛЯ РАЗЛИЧНЫХ С/Х. КУЛЬТУР В ОБЩЕМ ОБЪЕМЕ СОБРАННОГО УРОЖАЯ, %**



*Источник: «Росстат», 2008г.*

Таким образом, основную долю урожая в 2008г. составили зерновые и зернобобовые культуры – 60,8%.

Далее следует урожай картофеля и сахарной свеклы (15,1% и 14,0% соответственно).

По сравнению с 2007г. в текущем году произошло увеличение сбора урожая лишь в сегменте зерновых, тогда как в других категориях наблюдается снижение объемов производства.

**ТАБЛИЦА. РАЗМЕР СОБРАННОГО УРОЖАЯ НА 1 НОЯБРЯ 2008г. В РАЗРЕЗЕ КАТЕГОРИЙ СЕЛЬХОЗПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ, %**

Продукция	В том числе			Всего
	с/х организации	крестьянские хозяйства	хозяйства населения	
Зерновые и зернобобовые культуры (включая кукурузу), в первоначально-оприходованном				



весе				
Подсолнечник				
Сахарная свекла (фабричная)				
Картофель				
Овощи				

*Источник: «Росстат», 2008г.*

Как видно основная доля зерна (... %), сахарной свеклы (... %) и подсолнечника (... %) выращена в сельхозорганизациях, а картофеля (... %) и овощей (... %) - в хозяйствах населения.

Общей структуре производства зерновых культур лидирующее положение занимает пшеница, на долю которой в 2008г. приходится ...% от общего объема производства зерновых.

### **ДИСТРИБЬЮТОРЫ ПРОДУКЦИИ**

Одной из особенностей рынка, в последние годы, стало постепенное объединение функций производства, фасовки и дистрибуции в руках крупных компаний, к которым можно причислить:

- Межрегиональные продовольственные холдинги
- Региональные предприятия-лидеры
- Оптовые компании, имеющие мультипродуктовые бренды
- Специализированные компании
- Импортёры

### **РОЗНИЧНЫЙ СЕКТОР**

Значительный объем бакалейной продукции приходится на розничные продуктовые магазины, в том числе сети:

- АШАН
- Перекресток

- Пятерочка
- Седьмой Континент

Структура российского розничного рынка по форматам торговли по-прежнему тяготеет к традиционным торговым форматам, включающим в себя открытые рынки, магазины с торговлей через прилавки, киоски и прочие форматы, на долю которых по итогам прошлого года пришлось порядка ...% суммарного оборота FMCG.

Доля 10 крупнейших игроков на российском рынке оценивается на уровне ...%.

В формате дискаунтеров наиболее крупными конкурентами являются:

- Пятерочка
- Дикси
- Копейка

В формате супермаркетов крупнейшими конкурентами являются:

- Перекресток
- Седьмой Континент
- Рамстор

Главным преимуществом розничных сетей являются низкие закупочные цены от поставщиков. Так как наценка в торговых сетях небольшая, многие требуют от поставщиков предоставления больших скидок, чем другим дистрибьюторам. Кроме того, сети требуют от поставщиков своевременной пунктуальной доставки больших объемов упакованного и маркированного товара.

Если рассматривать сетевых ритейлеров продовольственных товаров с точки зрения ценового уровня, то тут, по мнению игроков рынка, возможна следующая классификация:

- Премиум-класс – «Азбука Вкуса», «Глобус Гурмэ», «Калинка Стокманн», «Седьмой континент 5 звезд»;
- Средний класс – «Седьмой континент», «Алые паруса», «Перекресток», «Патэрсон»;
- Масс-маркеты – Spar, Billa, «12 месяцев»;
- Нижний сегмент – «Магнит», «Копейка», «Ашан».

Классификация игроков российского рынка продуктового ритейла по территориальному охвату включает:

- Глобальные сети, представленные в России и за ее пределами;
- Федеральные сети, представленные в нескольких регионах РФ;
- Региональные сети, работающие только в одном регионе;
- Локальные сети, представленные в рамках одного города.

## **ИМПОРТ ПРОДУКЦИИ**

### **ОБЪЕМЫ ИМПОРТА**

По данным Федеральной таможенной службы России за период с января по октябрь 2008г. в Россию было импортировано продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья на ... **млн. долл.**, что превышает импорт 2007г. (... млн. долл.) на ... %.

В 2008г. произошло увеличение импорта кукурузы – в ... раза, в то же время сократились поставки:

- Пшеницы – в ... раза
- Ячменя – в ... раза
- Масла подсолнечного – на ...%
- Сахара-сырца – на ...%
- Сахара белого – в ... раза

## ЭКСПОРТ ПРОДУКЦИИ

### ОБЪЕМЫ ЭКСПОРТА

В январе-октябре 2008г. Россия экспортировала продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья на сумму ... млн. долл., что на ...% больше чем в аналогичный период 2007г.

По данным Федеральной таможенной службы России в январе-ноябре 2008г. было экспортировано **... млн. тонн пшеницы** (... млрд. долл.), из которых:

- Дальнее зарубежье - ... млн. тонн (... млрд. долл.)
- СНГ – ... млн. тонн (... млрд. долл.)

Согласно прогнозам в 2009г. экспорт российского зерна за рубеж достигнет исторического максимума – ... - ... млн. тонн., что объясняется небывало высоким урожаем в 2008г. Так уже к декабрю 2008г. было вывезено около ... млн. тонн.

В структуре экспорта продукции растениеводства, наибольшую долю занимают зерновые культуры – ... %.

### ОСНОВНЫЕ СТРАНЫ-ЭКСПОРТЕРЫ

Что касается основных экспортных направлений продукции растениеводства, то основной экспорт приходится на:

- Египет – ... %
- Турцию – ... %

Итак, крупнейшими экспортерами зерна является:

- Международная Зерновая Компания – ... %
- Росинтерагросервис – ... %

## **ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ КОНКУРЕНЦИИ**

Конкуренция между производителями продукции растениеводства 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**

<b>Год</b>	<b>Специализация</b>	<b>Ассортимент продукции</b>	<b>Географический охват</b>	<b>Доля рынка/прибыль</b>	<b>Сильные стороны</b>	<b>Стратегия развития</b>

*Источник: MA Step by Step*

Как видно крупнейшие игроки рынка представляют из себя агропромышленные холдинги, в которых помимо растениеводства развиваются другие направления, такие как животноводство, производство готовой продукции и др.

В результате мирового финансового кризиса многие продуктовые ритейлеры объявили о сокращении инвестиций в 2009 году, а также уменьшили планы по открытию новых магазинов. Также большинство из них несколько изменили свои приоритеты при планировании открытия новых магазинов, переориентировавшись с формата «гипермаркет» на формат «дискаунтер», так как открытие дискаунтера требует меньших денежных вложений, а также быстрее окупается, нежели гипермаркет.

Однако, несмотря на кризис, ритейлеры собираются продолжать региональную экспансию, в том числе и за счет поглощения находящихся на грани банкротства компаний.

## АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

### СТРУКТУРА ПОТРЕБЛЕНИЯ ПРОДУКЦИИ ИЛИ УСЛУГИ ПО ВИДАМ И БРЕНДАМ ПРОДУКЦИИ ИЛИ УСЛУГ

По данным «Росстат», годовое потребление основных продуктов питания в РФ на душу населения, выглядит следующим образом.

**ТАБЛИЦА. ПОТРЕБЛЕНИЕ ОСНОВНЫХ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ ПО РФ, НА ДУШУ НАСЕЛЕНИЯ В КГ/ГОД**

Продукты	Норма потребления, кг/год	Текущее потребление на душу населения кг/год	Потребление в % к рациональной норме потребления
Мясо			
Молоко			
Яйца, шт.			
Рыба			
<b>Сахар</b>			
<b>Масло растит.</b>			
<b>Картофель</b>			
<b>Овощи</b>			
<b>Фрукты</b>			
Хлеб			

*Источник: Министерство сельского хозяйства РФ, Росстат, 2009г.*

Как видно из представленной таблицы, текущее потребление продукции растениеводства не всегда соответствует нормам. Так, не соответствует нормам, потребление:

- Овощей – .....кг в год (при норме 150кг)
- Фруктов – .....кг в год (при норме 70 кг)

При этом стоит отметить, что именно потребление в данных сегментах, демонстрировало в последние годы наибольший рост. В частности потребление плодов и ягод выросло с 2000 по 2006г. на ... %, овощей на ...%, а растительного масла на ... %.



## ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ МОТИВАЦИИ И ПОВЕДЕНИЕ ПРИ ПОКУПКЕ ПРОДУКЦИИ ИЛИ УСЛУГИ

Среди мотивов покупки продукции растениеводства можно выделить:

- Стремление к здоровому образу жизни
- Стремление к качеству продукции
- Более широкий ассортимент и более продолжительный сезон вегетации для определенных сортов
- Стремление к экономии средств

**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.