

# АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ ПО МАРКЕТИНГОВОМУ ИССЛЕДОВАНИЮ РЫНОК МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ

## ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

**Дата выпуска отчета:  
июль 2006 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.



**STEP BY STEP  
МАРКЕТИНГОВОЕ  
АГЕНТСТВО**

**г. Москва**

---

**ОГЛАВЛЕНИЕ ДЕМО - ВЕРСИИ**

ОГЛАВЛЕНИЕ Демо - версии .....2

Аннотация .....3

Цель исследования.....3

Описание исследования.....3

Полное содержание исследования .....4

Список диграмм .....8

Список таблиц .....10

Выдержки из исследования.....12

Сегментация продуктовой линейки .....12

## АННОТАЦИЯ

### Цель исследования

Описать состояние и основные тенденции рынка молочной продукции.

### ОПИСАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Отчёт представляет собой кабинетное исследование.

В результате обновления исследования были получены следующие данные:

- Анализ импорта и экспорта основных молочных продуктов за 2005 год на основании данных Баз Таможенной статистики.
- Анализ крупнейших иностранных и российских производителей и поставщиков молочной продукции.
- Тенденции и перспективы развития российского рынка молочной продукции.
- Описаны потребительские предпочтения покупателей молочных продуктов.
- Рассмотрены смежные рынки: технологий производства, упаковки молочной продукции.
- Описаны сырьевые рынки.
- Проведен обзор рынка сбыта: розничных сетей, магазинов, оптовиков.

**Кол-во страниц:** 153 стр.

**Язык отчета:** русский

**Отчет содержит:** 37 диаграмм, 30 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

Динамика денежных доходов населения.

Уровень инфляции

Наиболее значимые экономические события и итоги 2005 года

Государственное регулирование отрасли

Поддержка молочной промышленности в регионах

Увеличение импортной пошлины на твердые сыры

Инфраструктура рынка

Проблемы инвестиций в молочную отрасль

Описание влияющих Рынков

Технология производства

Производство молока-сырья

Тенденции сырьевых рынков

Рынок упаковки для цельномолочной продукции

Упаковка на рынке сыра

Резюме

СЕГМЕНТАЦИЯ И СТРУКТУРА РЫНКА ПО ОСНОВНЫМ ВИДАМ ПРОДУКЦИИ

Сегментация продуктовой линейки

Жидкомолочная продукция

Кисломолочная продукция

Творожная продукция

Йогурт

Консервы молочные

Сухое молоко

Сыр

Масло сливочное

Тенденции различных сегментах Продукции

Тенденции сегмента цельного молока

Тенденции сегмента йогуртов

Тенденции сегмента сыров

**ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА**

Объем и емкость Рынка

Темпы роста Рынка

**СБЫТОВАЯ СТРУКТУРА РЫНКА**

Цепочка движения товара

Краткое описание основных сегментов участников Рынка

Производители сырья

Производители Продукции

Розничный сектор

Ценообразование и индексы цен производителей

**ОБЪЕМЫ РОССИЙСКОГО ПРОИЗВОДСТВА, ИМПОРТА И ЭКСПОРТА**

Импорт продукции

Основные страны-импортеры и виды импортируемой продукции

Российское производство

Объемы российского производства

Производство молока в Московской области

Производство цельномолочной продукции по федеральным округам

Производство сыров

Производство йогуртов

Производство молочных консервов

Экспорт продукции

Мировые тенденции производства и переработки молока

Производство молока в мире

Переработка молока

**2. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ**

Конкуренция между крупнейшими производителями и поставщиками Продукции

Лидеры российского рынка

Основные производители Рынка. Описание профилей крупнейших компаний

Региональные лидеры и растущие региональные компании

Основные компании-игроки на рынке йогуртов

Конкурентная ситуация на рынке сыров

**АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

Сегментация потребителей с описанием и количественной оценкой сегментов

Демографические показатели

Социально-демографические показатели

Степень активности в потреблении Продукции. Количество Продукции потребляемого одним потребителем за единицу времени

Потребительские предпочтения по: видам, маркам Продукции или Услуги

Потребительские мотивации и поведение при покупке Продукции

Зависимость спроса на Продукцию от различных характеристик потребителя.

Эластичность спроса.

Резюме

**ОБОБЩАЮЩИЕ ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ**

Факторы, благоприятствующие развитию Рынка

Сдерживающие факторы Рынка/анализ рисков

Тенденции Рынка

Структурные изменения рынка

Тенденции спроса

**ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ**

Приложение 1.

Производство молока в Российской Федерации в разрезе федеральных округов в 2004-2005 гг, тыс. тонн

Приложение 2

Производство молока-сырья и потребление молока и молочной продукции по регионам на душу населения, кг

Приложение 3

Производство молока-сырья в субъектах федерации по категориям хозяйств в 2004 г, тыс.тонн.

Приложение 4

Городское и сельское население по субъектам российской федерации, тыс. чел.



Плотность населения европейской части России

## СПИСОК ДИГРАММ

- Диаграмма 1. Динамика и прогноз ВВП РФ за 2002-2007 гг., %
- Диаграмма 2. Динамика номинальной начисленной заработной платы в 2003-2005 гг., руб.
- Диаграмма 3. Базовая инфляция (на конец периода, в % к декабрю предыдущего года)
- Диаграмма 4. Производство молока по категориям хозяйств в 2004-2005гг., тыс. тонн
- Диаграмма 5. Производство молока-сырья по федеральным округам в 2005г., %
- Диаграмма 6. Индексы средних цен сельхозпроизводителей на молоко в 2004-2005 годах, в % к предыдущему месяцу
- Диаграмма 7. Доли упаковки цельномолочной продукции от общего объема выпуска молока, кисломолочной продукции и сливок, %.
- Диаграмма 8. Доля расфасованных и развесных сыров по сегментам, % от натурального оборота.
- Диаграмма 9. Структура розничных продаж плавленых сыров по виду упаковки, %.
- Диаграмма 10. Региональный рынок цельного молока
- Диаграмма 11. Индексы потребительских цен в декабре 2004-2005 гг., в % к декабрю предыдущего года
- Диаграмма 12. Ценообразование при производстве и реализации пакетированного молока, %
- Диаграмма 13. Импорт основных видов молочной продукции в 2004-2005 годах (без учета Республики Беларусь), тыс.тонн.
- Диаграмма 14. Структура импортных поставок некоторых молочных продуктов по странам в 2004-2005 гг., в %
- Диаграмма 15. Импорт сливочного масла по странам в 2005 г., в %
- Диаграмма 16. Импорт сыра по странам в 2005 г., в %
- Диаграмма 17. Импорт йогуртов в Россию, тыс. тонн
- Диаграмма 18. Страны-поставщики йогуртов.
- Диаграмма 19. Основные регионы-производители цельномолочной продукции в 2004 г.
- Диаграмма 20. Объемы производства сыров в России





Диаграмма 21. Доли иностранных и локальных производителей на рынке сыра и отдельных его сегментах в феврале-июле 2004 года.

Диаграмма 22. Развитие рынка йогуртов

Диаграмма 23. Основные регионы-производители молочных консервов в 2004 г.

Диаграмма 24. Экспорт некоторых видов молочной продукции в 2003-2004 годах, тыс. т

Диаграмма 25. Доли основных игроков рынка плавленого сыра в общем объеме продаж в стоимостном выражении, %

Диаграмма 26. Распределение населения по федеральным округам

Диаграмма 27. Крупнейшие города (более 1 млн. жителей) на карте России

Диаграмма 28. Денежные доходы в расчете на душу населения в сентябре 2004 года

Диаграмма 29. Величина прожиточного минимума за 3 квартал 2004 года (по состоянию на 19 ноября 2004 года)

Диаграмма 30. Частота покупки плавленых сыров, % от числа покупателей

Диаграмма 31. Предпочтения потребителей по месту производства плавленого сыра, % от числа опрошенных

Диаграмма 32. Рейтинг спонтанной известности ведущих брендов, % от числа покупателей.

Диаграмма 33. Места покупок продуктов, %.

Диаграмма 34. Планирование покупок продуктовых категорий до посещения супермаркета, % покупателей.

Диаграмма 35. Распределение объемов покупок некоторых видов молочной продукции в зависимости от размеров среднедушевых доходов, в % натурального выражения

Диаграмма 37. Распределение покупок молочной продукции в стоимостном выражении по городам России, %

## СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. Динамика производства по текстильному, швейному и меховому секторам легкой промышленности, %

Таблица 2. Производство отдельных видов продукции легкой промышленности

Таблица 3. Предприятия с наибольшим объемом выпуска швейных изделий (свыше 150 млн.руб. в отпускных фактических ценах без НДС)

Таблица 4. Предприятия с наибольшим выпуском мехов и меховых изделий

Таблица 5. Структура розничных продаж одежды в г. Москва

Таблица 6. Страны-импортеры одежды (страна происхождения товара), объем ввоза в 2005 году, долларов США

Таблица 7. Страны-импортеры одежды (страна отправления товара), объем ввоза в 2005 г., долларов США

Таблица 8. 100 крупнейших компаний-импортеров одежды в Россию (фирма-изготовитель), объем импорта в денежном выражении, долларов США

Таблица 9. 100 крупнейших компаний-импортеров одежды в Россию (фирма-отправитель), объем импорта в денежном выражении, долларов США

Таблица 10. 100 крупнейших компаний-импортеров одежды в Россию (фирма-получатель), объем импорта в денежном выражении, долларов США

Таблица 1. поголовье скота на конец года, млн. голов

Таблица 2. Производство молока, млн. тонн

Таблица 3. Средняя продуктивность молочного стада, кг в год.

Таблица 4. Прогноз структуры поголовья коров, млн. голов

Таблица 5. . Индексы цен на отдельные виды молочной продукции в декабре 200-2005 гг. (в % к декабрю предыдущего года)

Таблица 6. Средние потребительские цены (тарифы) на молочные товары в Российской Федерации

Таблица 7. Импорт молочной продукции в 2004-2005 годах по странам (без учета Республики Беларусь), тыс.тонн.

Таблица 8. Производство молочной продукции в Российской Федерации в январе-декабре 2004 - 2005 гг., тыс. т

Таблица 9. Производство цельномолочной продукции в перерасчете на молоко, в тоннах



Таблица 10. Потребление (кг на душу населения) и производство (тыс. тонн) йогуртов

Таблица 11. Производство молочных консервов, тыс. руб.

Таблица 12. Основные страны-получатели сгущенного молока и сливок в III квартале 2004 года

Таблица 13. Мировое производство молока, млн. тонн

Таблица 14. Компании-лидеры по объемам розничных продаж молочной продукции

Таблица 15. Типы игроков российского молочного рынка

Таблица 16. Доли лидеров российского молочного рынка

Таблица 17. Структура розничного рынка вязких йогуртов в натуральном выражении, %.

Таблица 18. Производство йогуртов всех типов, тыс. тонн.

Таблица 19. Крупнейшие города-«миллионники» Российской Федерации (с населением более 1млн.чел.)

Таблица 20. Население федеральных округов России по переписям

Таблица 21. Миграция между Дальним Востоком и другими округами в 2001 году

Таблица 22. Среднее потребление основных групп молочных продуктов в год на человека в некоторых странах мира, кг или л.

Таблица 23. Структура розничных продаж плавленых сыров по основным вкусовым видам в феврале-июле 2004 года, %.

Таблица 24. Потребление творожных продуктов по регионам России (% потребителей, совершивших покупку продукции хотя бы 1 раз в 3 месяца)

Таблица 25. Предпочтения покупателей по типам наполнителей творожных сырков.

Таблица 26. Предпочтения потребителей глазированных сырков, %.

Таблица 27. Предпочтения потребителей глазированных сырков по маркам, %.

Таблица 28. Предпочтения потребителей по разновидностям фасованного творога, %.

Таблица 29. Вкусовые предпочтения потребителей творожных масс, %.

Таблица 30. Марочные предпочтения сегмента творожных масс, %

## ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

### Сегментация продуктовой линейки

На сегодняшний день самыми распространенными группировками молочной продукции следует считать видовую, функциональную, структурную и качественную.

**Видовая группировка** предусматривает объединение наименований, близких по органолептическим свойствам и технологии: молоко, кефир, творог, сметана, масло, мороженое, сыр и т.д. Соответствующую терминологию принято считать обиходной, так как она не дает оценки особенностей каждого продукта, входящего в состав группы.

**Функциональное объединение** молочной продукции тесно связано со спецификой свойств и назначением каждого наименования в отдельности. Рассматривая ассортимент с этой точки зрения, можно выделить:

- цельномолочную,
- кисломолочную,
- лечебную,
- десертную,
- нежирную
- и другие группы.

Эта группировка во многом условна, так как один и тот же продукт может быть причислен к нескольким группам в зависимости от приоритетов шкалы его характеристик.

**Структурная дефиниция** ассортиментного ряда осуществляется исходя из качественных особенностей продукта, каждая из которых может оказать непосредственное влияние на организм человека. Так, всю молочную продукцию можно разделить на две группы: натуральную и искусственную. В другом случае это может быть продукция с длительным сроком хранения или скоропортящаяся и т.д.

Однако для производителя такое структурирование неприемлемо, так оно не показывает реального положения каждого наименования на потребительском рынке. Основной же "формулой успеха" фирмы, занимающейся продуктами питания, следует признать именно возможность производства строго определенного наименования под выявленный спрос конкретного рыночного сегмента.

По этой причине наибольшее распространение в мире получила **качественная группировка**, основными показателями которой являются физико-химические и эстетические свойства продукта. Для молока и молочной продукции краеугольным критерием считается жирность. Связано это с тем, что количество животного жира, содержащегося в молоке, в последние годы оказывает непосредственное влияние на отношение потребителей к готовой продукции. Четкое разделение ассортиментного ряда по жирности значительно упрощает процесс сегментации молочной продукции на рынке.

Известно, что содержание жира в молочной продукции может изменяться от 0 до 98 %. Вместе с тем далеко не все промежуточные значения указанного диапазона находят свое отражение в составе выпускаемых отраслью наименований продукции. Объясняется это исключительно экономической целесообразностью их производства.

Непосредственно для группировки молочной продукции по жирности можно использовать два варианта. В первом случае ассортиментный ряд разбивается на три категории молочных продуктов: пониженной, традиционной и повышенной жирности. Во втором - на пять: обезжиренные, низкожирные, традиционные, жирные и высокожирные продукты.

В свете стоящей перед страной проблемы дефицита животного белка в рационе питания россиян, а также низкого уровня культуры питания населения в целом, основное внимание следует уделить функциональной и структурной характеристикам ассортиментного ряда предприятий отрасли.

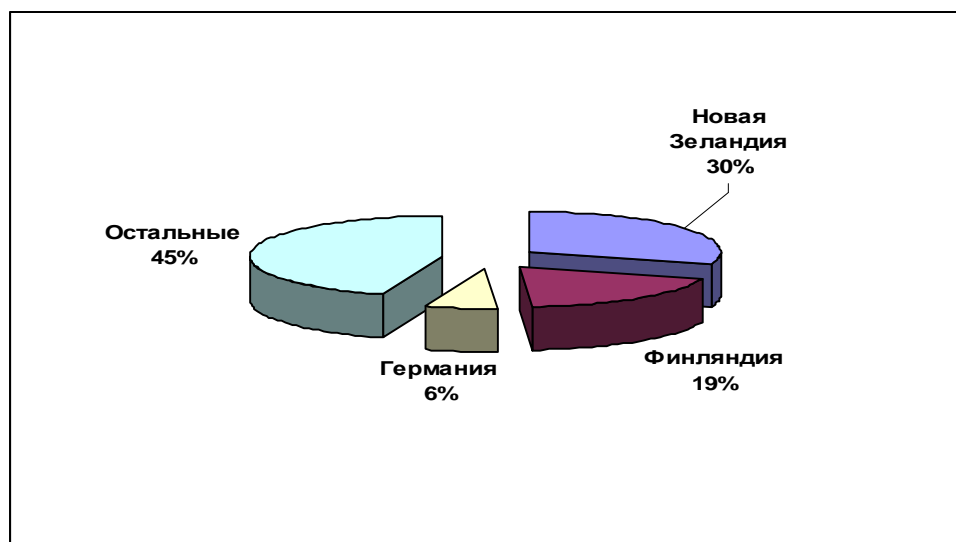
## ИМПОРТ ПРОДУКЦИИ

Основными видами импортируемой продукции являются сгущенное и сухое молоко, сливки, масло, сыры. Доля импорта в формировании ресурсов молока и молокопродуктов (в пересчете на молоко) в 2005 году увеличилась и составила, по предварительным данным Росстата, 16,8 процентов.

В 2005 году ввоз основных видов молочной продукции (кроме сыра) из стран СНГ (без учета Республики Беларусь) существенно сократился за счет снижения импорта из Украины, которая является основным из этой группы стран экспортером молочной продукции в Россию.

Основными поставщиками сливочного масла в Россию из стран дальнего зарубежья в 2005 году были Новая Зеландия (30,4% объема импорта), Финляндия (19,3%) и Германия (6%).

### ДИАГРАММА 1. ИМПОРТ СЛИВОЧНОГО МАСЛА ПО СТРАНАМ В 2005 Г., В %



Источник: ФТС России



Маркетинговое Агентство Step by Step работает на рынке маркетинговых услуг 5 лет. Сегодня мы активные участники следующих **рынков**:

- Рынок недвижимости
- Рынок торговой недвижимости
- Рынок торговых предприятий
- Рынок промышленных предприятий
- Рынок HoReCa
- ИТ-рынок

Готовые инициативные исследования занимают в портфеле нашего Агентства значительную долю. На сегодняшний день мы являемся лидерами рынка инициативных исследований. В портфеле Маркетингового Агентства 100 готовых исследований (с каждым днем их количество увеличивается) по ключевым направлениям работы Агентства, а так же по многим перспективным и развивающимся рынкам.

Маркетинговое Агентство Step by Step - агентство полного цикла. Мы работаем по таким **направлениям** как:

- Маркетинговое и управленческое консультирование
- Маркетинговые исследования
- Мерчендайзинг
- Франчайзинг
- Социологические исследования
- Услуги call центра
- Разработка новых коммерческих проектов
- Оказание услуг по аутсорсингу организации корпоративных мероприятий
- Организация и сопровождение представления компаний в Интернет

Для обеспечения качественного и быстрого сбора количественной информации, в структуру нашего агентства интегрировано подразделение **Call center**. Благодаря этому, мы предлагаем:

- Услугу «Бесплатный вызов» из регионов (8-800)
- Актуализация и формирование баз данных.
- Исходящий и входящий телемаркетинг
- Интервьюирование потребителей
- Оценку эффективности рекламы
- Информационную поддержку рекламных и PR-акций
- Маркетинговое Агентство Step by Step предлагает своим Заказчикам услуги по разработке бизнес-планов, по проведению экспертизы уже существующих бизнес-планов у сертифицированных специалистов и лидеров рынка
- Наши специалисты помогут вам в кратчайшие сроки ввести на предприятии систему бизнес-планирования, подготовят необходимые документы и обоснования, проведут специализированные тренинги, минимизируют издержки

**Наши ключевые клиенты:** ОАО "Связьинвест", РАО "ЕЭС РФ", "АйТи", "ТелекомКомплектСервис", "Связькомплект", "Информационная индустрия", "Future Telecom", "Элвис-Телеком", Холдинг "Еврохим", Производственная группа "Uniservis", Компания "Русский бисквит", объединение "Полипласт", игровая сеть "Джек-пот", сеть магазинов "Фамилия", ТД "Снежная королева", кофейни "Мокко", ЗАО RENOVA, группа компаний РБК, группа компаний ТЕКОН, HITACHI ltd, ООО «Рассказовские меха», ООО «Северные технологии», Институт социально-экономического развития ЦФО (ИНСЭР ЦФО), Макслевел, Honewell, Colan, Медialog, Алькотрейдинг, ассоциации экспортеров Бразилии (APEX), ЗАО «Детский мир», АРТ-Билдинг и многие другие.