

АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ ПО МАРКЕТИНГОВОМУ ИССЛЕДОВАНИЮ

АНАЛИЗ РЫНКА КОЛБАСНЫХ ИЗДЕЛИЙ ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

**Дата выпуска отчета:
март 2007 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

ОГЛАВЛЕНИЕ.....	2
Аннотация	3
Цель и задачи исследования.....	3
Описание исследования.....	3
Полное содержание исследования	5
Список диграмм	9
Список таблиц	11
Выдержки из исследования.....	12
Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок.....	12
Сегментирование Рынка Мяса.....	13
Темпы роста Рынка Мяса	13
Описание влияющих Рынков.....	14
Сегментирование Колбас по ассортименту	14
Тенденции в сегментах различных видов Продукции.....	15
Тенденции в технологических сегментах.....	15
Темпы роста Рынка.....	15
Объемы импорта.....	16
Объемы экспорта.....	16
Основные производители Рынка. Описание профилей крупнейших компаний.....	16

АННОТАЦИЯ

Цель и задачи исследования

Цель исследования: анализ российского колбасного рынка.

Задачи исследования:

- описать макроэкономическую конъюнктуру рынка;
- произвести сегментацию рынка, описать основные рыночные сегменты;
- определить емкость и объем рынка;
- изучить систему ценообразования на рынке;
- выявить инвестиционную привлекательность рынка;
- описать инфраструктуру рынка;
- кратко описать смежные рынки;
- выявить основные тенденции рынка;
- выявить и описать основных производителей;
- провести конкурентный анализ производителей колбасных изделий;
- произвести сегментацию потребителей;
- рассмотреть основные характеристики потребителей;
- исследовать показатели, характеризующие интенсивность потребления продукции.

ОПИСАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Методы проведения исследования:

Кабинетное исследование.

В отчете приведено подробное исследование рынка колбас России. Показано, что степень насыщения рынка колбасных изделий и уровень конкуренции близки к максимальным показателям.

Изучен уровень конкуренции на рынке, а также рассмотрен вопрос об инвестиционной привлекательности и создании собственных сырьевых баз, что



очень актуально в условиях нынешней ситуации с квотированием поставок импортного сырья.

Рассмотрены данные по импорту и экспорту продукции. Выявлен значимый факт практически полного замещения импорта продукцией отечественных заводов.

Проведен конкурентный анализ крупнейших производителей, основных дистрибьюторов, а также представителей наиболее крупных розничных сетевых игроков.

Рассмотрены прогнозы дальнейшего развития рынка.

Кол-во страниц: 148

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 21 диаграмм, 14 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
Описание отрасли
Рынок Мяса и мясопродуктов
Сегментирование Рынка
Объем и емкость Рынка
Темпы роста Рынка
Тенденции Рынка
Мясной союз России
Описание влияющих Рынков
Рынок свинины
Рынок мяса птицы
Рынок говядины
Описание смежных Рынков
Рынок упаковки колбасных изделий
Сегментация и структура Рынка по основным видам Продукции
Определение продукции
Сегментирование Продукции по основным наименованиям
Сегментирование Продукции по ассортименту
Сегментирование Продукции по технологии производства или потребления
Сегментирование Продукции по видам упаковки
Ценовое сегментирование Продукции
Тенденции различных сегментах Продукции
Тенденции в сегментах различных видов Продукции
Тенденции в технологических сегментах

Тенденции в сегментах упаковки
Тенденции в ценовых сегментах
Основные количественные характеристики Рынка
Объем и емкость Рынка
Объем Рынка в натуральном выражении
Емкость Рынка в натуральном выражении
Темпы роста Рынка
Влияние сезонности на Рынок
Сбытовая структура Рынка
Цепочка движения товара
Краткое описание основных сегментов участников Рынка
Производители Продукции
Розничный сектор
Основные принципы ценообразования
Объемы российского производства, импорта и экспорта
Объемы российского производства, импорта и экспорта
Импорт продукции
Объемы импорта
Основные виды импортируемой продукции
Основные страны-импортеры
Основные компании-импортеры
Экспорт продукции
Объемы экспорта
Основные виды экспортируемой Продукции
Основные страны-экспортеры
Основные компании-экспортеры
Соотношение экспорта и импорта
Российское производство
Объемы российского производства
Основные российские компании-производители
Конкурентный анализ
Конкуренция между крупнейшими производителями и поставщиками Продукции
Основные параметры конкуренции
Основные производители Рынка. Описание профилей крупнейших компаний

ЗАО «Микояновский мясокомбинат»

Мясоперерабатывающий завод «Вегус»

Черкизовский МПЗ

Мясокомбинат «Клинский»

ООО «Колбасный комбинат «Богатырь»

Мясокомбинат «Велком»

ООО «Дымовское колбасное производство»

ООО «МПЗ «КампоМос»

ООО «Фирма «Мортадель»

ОАО «Останкинский МПК»

ОАО «Царицыно»

Сравнительная характеристика крупнейших производителей по основным параметрам

Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями Продукции

Конкуренция между крупнейшими дистрибьюторами и оптовыми компаниями

Основные параметры конкуренции

Основные дистрибьюторы Рынка. Описание профилей крупнейших компаний

Торговый дом «Колбасный мир»

Торговый дом «Колбасов»

ООО Росард

ООО Ваши Колбасы

ООО «Бизнес Альянс»

ООО «Партнер-М»

Сравнительная характеристика крупнейших дистрибьюторов и оптовых компаний по основным параметрам

Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими дистрибьюторами Продукции

Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора

Сегментация основных каналов розницы

Основные параметры конкуренции

Сравнительная характеристика крупнейших розничных компаний

Metro Group

Магнит

Пятерочка

Перекресток

Рамстор

Сравнительная характеристика крупнейших розничных компаний по основным описательным параметрам

Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими розничными компаниями

Анализ потребителей

Описание потребителей, оценка существующей и потенциальной емкости рынка

Сегментация потребителей с описанием и количественной оценкой сегментов

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

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

Структура осведомленности потребителей о марках и поставщиках Продукции или Услуг

Потребительские предпочтения по: видам, маркам Продукции или Услуги

Потребительские мотивации и поведение при покупке Продукции или Услуги

Медиа-предпочтения потребителей (отношение к источникам и формам рекламы Продукции или Услуги)

Основные тенденции в потребительском сегменте

Обобщающие выводы и рекомендации

Факторы, благоприятствующие развитию Рынка

Сдерживающие факторы Рынка/анализ рисков

Инвестиционная привлекательность/пустующие ниши на Рынке

Тенденции Рынка

Тенденции в ассортименте Продукции

Тенденции в ценовых сегментах

Тенденции по основным количественным показателям Рынка

Тенденции на конкурентном поле

Тенденции в потребительском сегменте

Общие выводы по отчету

СПИСОК ДИГРАММ

ДИАГРАММА 1. ДИНАМИКА РОСТА РЕАЛЬНОГО ОБЪЕМА ВВП 2002 – 2006 г., млрд. руб.

ДИАГРАММА 2 ДИНАМИКА РОСТА НОМИНАЛЬНОГО ОБЪЕМА ПРОИЗВЕДЕННОГО ВВП ПО ОТРАСЛЯМ «СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО, ОХОТА И ЛЕСНОЕ ХОЗЯЙСТВО» И «ОБРАБАТЫВАЮЩИЕ ПРОИЗВОДСТВА», млрд. руб.

ДИАГРАММА 3 ДИНАМИКА ИЗМЕНЕНИЯ ИНДЕКСОВ ПРОИЗВОДСТВА, В % К ПРЕДЫДУЩЕМУ ГОДУ

ДИАГРАММА 4 ДИНАМИКА РОСТА ДЕНЕЖНЫХ ДОХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ, млрд. руб.

ДИАГРАММА 5 ДИНАМИКА РОСТА НОМИНАЛЬНОЙ НАЧИСЛЕННОЙ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ, тыс. руб.

ДИАГРАММА 6 ДИНАМИКА ИЗМЕНЕНИЯ ИНДЕКСОВ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ЦЕН НА ОТДЕЛЬНЫЕ ГРУППЫ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ, %

ДИАГРАММА 7 СТОИМОСТЬ МИНИМАЛЬНОГО НАБОРА ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ В СРЕДНЕМ ПО РФ, руб.

ДИАГРАММА 8 СТРУКТУРА СТОИМОСТИ МИНИМАЛЬНОГО НАБОРА ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ В %, В РАСЧЕТЕ НА ОДНОГО ЧЕЛОВЕКА В МЕСЯЦ

ДИАГРАММА 9 ДИНАМИКА РОСТА ИНВЕСТИЦИЙ В ОСНОВНОЙ КАПИТАЛ 2000 – 2006г., млрд. руб.

ДИАГРАММА 10 ДИНАМИКА ИЗМЕНЕНИЯ ЧИСЛЕННОСТИ ПОГОЛОВЬЯ КОРОВ И СВИНЕЙ В ХОЗЯЙСТВАХ ВСЕХ КАТЕГОРИЙ, тыс. голов

ДИАГРАММА 11 ДИНАМИКА ИЗМЕНЕНИЯ КОЛИЧЕСТВА СКОТА И ПТИЦЫ НА УБОЙ (В УБОЙНОМ ВЕСЕ), тыс. тонн

ДИАГРАММА 12 ДОЛЯ КОЛБАСНЫХ ИЗДЕЛИЙ В ОБЩЕЙ ЕМКОСТИ КОЛБАСНОГО РЫНКА МОСКВЫ

ДИАГРАММА 13 ДОЛЕВОЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНЫХ ОКРУГОВ РФ ПО ПРОИЗВОДСТВУ КОЛБАСНЫХ ИЗДЕЛИЙ В 2005г.

ДИАГРАММА 14 ДОЛИ ДВУХ ОСНОВНЫХ СЕГМЕНТОВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В ОБЩЕЙ СТРУКТУРЕ ПОТРЕБЛЕНИЯ ПРОДУКЦИИ В % ВЫРАЖЕНИИ

ДИАГРАММА 15 УРОВЕНЬ ПОТРЕБЛЕНИЯ ВАРЕННЫХ КОЛБАС, % ОТ ЧИСЛА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ С ОПРЕДЕЛЕННЫМ УРОВНЕМ ДОХОДОВ

ДИАГРАММА 16 СТРУКТУРА ПОТРЕБЛЕНИЯ ВАРЕННЫХ КОЛБАС СРЕДНЕГО ЦЕНОВОГО СЕГМЕНТА, % ОТ ЧИСЛА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ С ОПРЕДЕЛЕННЫМ УРОВНЕМ ДОХОДА

ДИАГРАММА 17 СТРУКТУРА ПОТРЕБЛЕНИЯ КОЛБАСНЫХ ИЗДЕЛИЙ ПО ВИДАМ, В МОСКВЕ, % ОТ ЧИСЛА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

ДИАГРАММА 18 ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ВЫБОР КОЛБАСНЫХ ИЗДЕЛИЙ, % ОТ ЧИСЛА ОПРОШЕННЫХ

ДИАГРАММА 19 ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПО ВИДАМ МЯСНОЙ ПРОДУКЦИИ



ДИАГРАММА 20 СТРУКТУРА ПОТРЕБЛЕНИЯ КОЛБАС ПО ВИДАМ В МОСКВЕ, % ОТ ЧИСЛА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

ДИАГРАММА 21 СТРУКТУРА ПРОДАЖ КОЛБАСНЫХ ИЗДЕЛИЙ ЧЕРЕЗ ОСНОВНЫЕ КАНАЛЫ РЕАЛИЗАЦИИ В МОСКВЕ, %

СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1 Динамика изменения индекса потребительских цен в декабре 2006г. – январе 2007г., %

Таблица 2 Стоимостные доли сегментов рынка

Таблица 3 Стоимость отдельных категорий продукции в различных сегментах, руб.

Таблица 4 Основные страны-импортеры колбасных изделий в 2006 году, в стоимостном выражении (в % от общего объема импорта)

Таблица 5 Основные компании-импортеры колбасных изделий в 2006 году, в стоимостном выражении (в % от общего объема импорта)

Таблица 6 Основные страны-экспортеры колбасных изделий в 2006 году, в стоимостном выражении (в % от общего объема экспорта)

Таблица 7 Основные компании-экспортеры колбасных изделий в 2006 году, в стоимостном выражении (в % от общего объема экспорта)

Таблица 8 Соотношение объемов экспорта и импорта колбасных изделий

Таблица 9 Сравнительная характеристика крупнейших производителей по основным параметрам

Таблица 10 Сравнительная характеристика крупнейших дистрибьюторов и оптовых компаний по основным параметрам

Таблица 11 Сравнительная характеристика крупнейших розничных компаний по основным описательным параметрам

Таблица 12 Ранжирование источников информации (в порядке убывания)

Таблица 13 STEP-анализ российского рынка колбас

Таблица 14 Возможные риски, связанные с рынком

ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РЫНОК

На развитие экономики в целом, а в частности на развитие отдельных рынков, влияют следующие макроэкономические факторы:

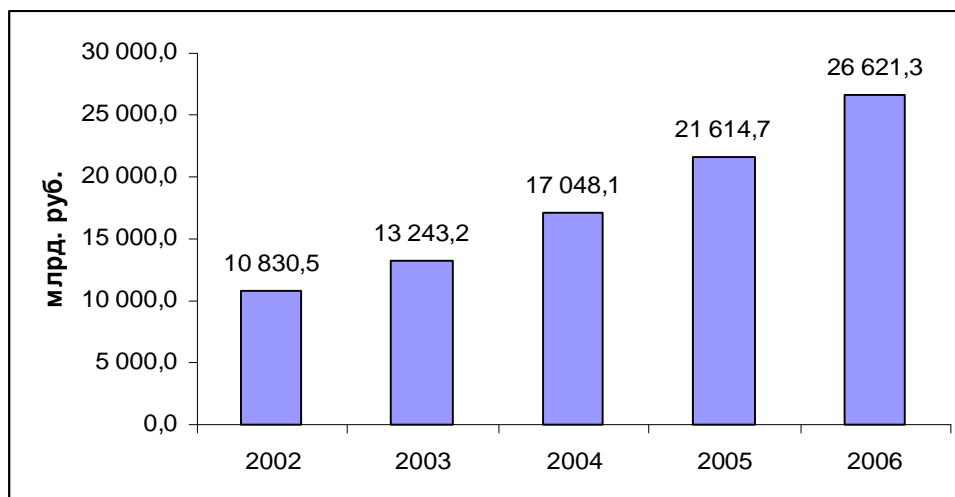
- **Рост ВВП**

За последние 3 года специалисты отмечают увеличение темпов роста российского ВВП. В настоящее время этот показатель составляет порядка 7%.

Объем ВВП России за III квартал 2006г. составил в текущих ценах 7223,8 млрд. рублей. Темп роста его реального объема относительно III квартала 2005г. составил 106,5%, относительно II квартала 2006г. - 113,8%.

В целом объем ВВП за 9 месяцев 2006г. составил в текущих ценах 19289,1 млрд. рублей и темп роста его реального объема относительно 9 месяцев 2005г. составил 106,5%.

ДИАГРАММА 22. ДИНАМИКА РОСТА РЕАЛЬНОГО ОБЪЕМА ВВП 2002 – 2006 г., млрд. РУБ.



Источник: Федеральная служба государственной статистики РФ.

Сегментирование Рынка Мяса

Основными сегментами Рынка мяса и мясопродуктов являются:

- Птицеводство,
- Свиноводство,
- разведение крупного рогатого скота,
- Мясопереработка.

В целом, Рынок находится в стадии формирования. Наиболее зрелый его сегмент – мясопереработка.

Темпы роста Рынка Мяса

По прогнозам экспертов мясной рынок России в 2007 году продолжит расти довольно быстрыми темпами. По данным Росптицесоюза **рост в сегменте птицы** составит более 16%. (В 2006г. производство мяса птицы увеличилось на 12,3% по сравнению с 2005г.) *(Источник: «Крестьянские ведомости», 15.01.2007г.)*

В сегменте свиноводства в 2006г. впервые за последние 10 лет увеличилось производство свинины: по итогам года рост составил порядка **7–10%**. *(Источник: «Эксперт» №45, 08.12.2006г..)*

В сегменте крупного рогатого скота наблюдается сокращение поголовья, хотя темпы падения и снижаются. В 2005г. сокращение составляло **7-9%**, в 2006г. **1,5-2%**. Это связано с низкой рентабельностью и длительным (около 10 лет) сроком окупаемости. *(Источник: «Эксперт» №45, 08.12.2006г..)*

По данным Института Аграрного Маркетинга к 2010г. ожидается, что доля мяса птицы вырастет до **34%**, свинины – до **39%**, доля говядины сократится до (с нынешних 36%).

ОПИСАНИЕ ВЛИЯЮЩИХ РЫНКОВ

К влияющим рынкам можно отнести следующие рынки мясосырья:

- рынок свинины;
- рынок птицы;
- рынок говядины.

Обзор данных рынков в рамках исследования Рынка колбасных изделий важен для более полного представления тенденций рынка, а также определение влияния рынка сырья на Рынок Колбас.

В 2006 году Российский рынок мясосырья формировался под действием увеличения производства свинины и мяса птицы и снижения производства говядины, а также в условиях увеличения импортных поставок мяса на Российский рынок.

По данным Госкомстата численность птицы в СХП на 1 июля 2006 года по сравнению с аналогичным периодом 2005 года увеличилась на 7,4%, численность свиней увеличилась на 10,2%, численность КРС снизилась на 6,7%.

Производство мяса птицы в живом весе в сельскохозяйственных предприятиях увеличилось в первом полугодии 2006 года по сравнению с первым полугодием 2005 года на 19,1%, производство свинины в живой массе увеличилось 8,9%.

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ КОЛБАС ПО АССОРТИМЕНТУ

В ассортиментном ряду колбасных изделий можно выделить 4 основные категории:

- вареные,
- полукопченые,
- копченые/сырокопченые
- варено-копченые.

Отдельную категорию представляют собой сосиски, сардельки, шпикачки и т.п.

ТЕНДЕНЦИИ В СЕГМЕНТАХ РАЗЛИЧНЫХ ВИДОВ ПРОДУКЦИИ

- Рост предложения в сегменте сырокопченых колбас, ужесточение в нем конкуренции.
- Измельчение рыночных сегментов.
- Некоторое сокращение доли дешевых вареных колбас и увеличение удельного веса более дорогих варено- и полукопченых колбас.

ТЕНДЕНЦИИ В ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ СЕГМЕНТАХ

- Разработка инновационных технологий по «здоровому питанию».
- Избыток колбасных изделий в торговых точках ориентирует производителя на:
 - ✓ выпуск высококачественной брендированной продукции,
 - ✓ поиск новых ниш (развитие производства нарезок),
 - ✓ создание инновационных продуктов.

ТЕМПЫ РОСТА РЫНКА

В 2006 году темпы роста производства колбасных изделий в целом по России **замедлились и составили 5,8%**.

Темп роста потребления продуктов мясопереработки в ближайшее время не будет очень высоким, поскольку поведенческие стереотипы и культура потребления данной категории продуктов не может меняться слишком быстрыми темпами.

В будущем можно прогнозировать умеренный рост рынка колбасных изделий в натуральном выражении до **8-10%**.

ОБЪЕМЫ ИМПОРТА

На основе анализа таможенной статистики в 2006 году общие объемы ввоза колбасных изделий иностранными компаниями в денежном выражении составили **\$49,9 млн. (59,6%)**.

В 2006 году колбасные изделия импортировали преимущественно Литва, США и Испания. Объемы импорта этих стран соответственно были равны \$5 млн., \$3 млн. и \$2,5 млн., что в процентном соотношении составило 9%, 5,7% и 5% соответственно. Доля остальных стран в общем объеме импорта не превысила 3,7%.

ОБЪЕМЫ ЭКСПОРТА

В 2006 году объем экспорта колбасных изделий составил 33,92 млн. долл. в денежном выражении или 19672253кг, что составило 40,4% от общего объема импорта и экспорта.

Наибольший объем экспорта колбасных изделий в 2006 году пришелся на Казахстан и составил 24 млн. долл. (70,1% от общего объема экспорта), Второе место занимает Азербайджан, чья доля в общем объеме экспорта в 2006 году составила 12% или \$4 млн. Доля Грузии в общем объеме экспорта составила порядка 10% или 3 млн. долл. Остальные страны занимают в общем экспорте долю, не превышающую 3%

ОСНОВНЫЕ ПРОИЗВОДИТЕЛИ РЫНКА. ОПИСАНИЕ ПРОФИЛЕЙ КРУПНЕЙШИХ КОМПАНИЙ

Рынок мясопереработки в России представлен «большой пятеркой» московских компаний (**Останкинский, Царицынский, Микояновский, Черкизовский комбинаты, Кампомос**) и множеством средних и мелких заводов в Москве и регионах.

В данном разделе рассмотрены вышеуказанные производители, а также крупнейшие игроки московского региона.



Лидером столичного рынка колбас является «Микояновский мясокомбинат». Его рыночная доля в денежном выражении по данным за 9 месяцев в 2006г. составила 15,7%, что почти вдвое больше, чем у ближайших преследователей.

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**, которое решает следующие задачи:

- Реализует услугу «Бесплатный вызов» из регионов (8-800)
- Позволяет актуализировать и формировать базы данных.
- Осуществляет исходящий и входящий телемаркетинг, поддержку рекламных и PR акций
- Проводит интервьюирование потребителей
- Оценивает эффективность рекламы



Наши ключевые клиенты: ОАО "Связьинвест", РАО "ЕЭС РФ", "АИТи", "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), Максвелл, Honewell, Colan, Медиалог, Алькотрейдинг, ассоциации экспортеров Бразилии (APEX), ЗАО «Детский мир», АРТ-Билдинг и многие другие.