



Маркет
Аналитика

ДЕМО-ВЕРСИЯ
РОССИЙСКИЙ РЫНОК ЗАМОРОЖЕННЫХ
ПОЛУФАБРИКАТОВ
МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ
РЫНКА

Москва, февраль 2014



СОДЕРЖАНИЕ

I. ВВЕДЕНИЕ

II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ЗАМОРОЖЕННЫХ ПОЛУФАБРИКАТОВ

3.1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА ЗАМОРОЖЕННЫХ ПОЛУФАБРИКАТОВ

3.1.1. Определение продукции

3.1.2. Методы консервирования продуктов заморозкой

3.1.3. Классификация замороженных полуфабрикатов

3.1.4. Показатели социально-экономического развития

3.1.5. Влияющие и смежные рынки

3.1.6. Резюме по разделу

3.2 СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА ЗАМОРОЖЕННЫХ ПОЛУФАБРИКАТОВ

3.2.1. Сегментация рынка замороженных полуфабрикатов

3.2.2. Ценовая сегментация рынка замороженных полуфабрикатов

3.2.3. Сезонность на рынке замороженных полуфабрикатов

3.2.4. Резюме по разделу

3.3 ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА ЗАМОРОЖЕННЫХ ПОЛУФАБРИКАТОВ

3.3.1. Объем и темпы роста рынка замороженных полуфабрикатов

3.3.2 Объем производства замороженных полуфабрикатов

3.3.3 Импорт замороженных мясных полуфабрикатов

3.3.3. Резюме по разделу

3.4 КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА ЗАМОРОЖЕННЫХ ПОЛУФАБРИКАТОВ

3.4.1. Уровень конкуренции, параметры конкуренции

3.4.2. Описание профилей крупнейших игроков рынка замороженных полуфабрикатов ЗАО «ПРИОСКОЛЬЕ»

ООО «ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ КОМБИНАТ»

ЗАО «ПОКОМ»

ОАО «ОСТАНКИНСКИЙ МЯСОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИЙ КОМБИНАТ»

ООО «ШЕЛЬФ-2000»

ООО «СИБИРСКИЙ ГУРМАН – НОВОСИБИРСК»

3.4.3. Резюме по разделу

3.5 КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ ЗАМОРОЖЕННЫХ ПОЛУФАБРИКАТОВ

3.5.1. Особенности сбытовой политики на рынке

3.5.2. Ценообразование на рынке

3.5.3. Нормативные документы, регулирующие деятельность на рынке

3.5.4. Основные каналы продвижения на рынке

3.5.5. Резюме по разделу

3.6 АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА ЗАМОРОЖЕННЫХ ПОЛУФАБРИКАТОВ

3.6.1. Описание потребителей на рынке

3.6.2. Потребительские предпочтения на рынке



3.6.3. Маркетинговые мероприятия, направленные на стимулирование сбыта и привлечения потребителей

3.6.4. Резюме по разделу

3.7 ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

3.7.1. Основные тенденции рынка

3.7.2. STEERPLE-анализ рынка

3.7.3. Риски и барьеры при выходе на рынок

IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

Приложение 1. Демографический прогноз до 2030 года



II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Цель исследования

Изучение и анализ российского рынка замороженных полуфабрикатов: текущей ситуации, тенденций и перспектив его развития.

Задачи исследования

- Определить количественные показатели рынка
- Провести сегментацию и описать структуру рынка
- Дать характеристику сегментам рынка
- Провести конкурентный анализ рынка
- Провести анализ потребителей рынка
- Описать тенденции рынка, а также факторы, влияющие на развитие рынка
- Выявить перспективы развития рынка

Предмет исследования

Российский рынок замороженных полуфабрикатов

Методы сбора данных

Данное исследование было проведено кабинетным методом, который предполагает получение вторичной информации о рынке из открытых источников, а также консолидации уже имеющихся сведений об изучаемом рынке.

Источники информации

В качестве источников информации об изучаемом рынке были использованы следующие открытые источники: информационно-аналитические порталы, посвященные изучаемому рынку, открытые статистические данные, аналитические обзоры, включая профессиональные издания (СМИ), сайты поставщиков изучаемых товаров и услуг.



III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ЗАМОРОЖЕННЫХ ПОЛУФАБРИКАТОВ

3.1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА ЗАМОРОЖЕННЫХ ПОЛУФАБРИКАТОВ

3.1.1. Определение продукции

Кулинарный полуфабрикат – это пищевой продукт или сочетание продуктов, прошедших одну или несколько стадий кулинарной обработки без доведения до готовности.

Кулинарный полуфабрикат высокой степени готовности – это полуфабрикат, из которого в результате минимально необходимых (одной-двух) технологических операций получают кулинарное изделие или блюдо.

.....

3.1.2. Методы консервирования продуктов заморозкой

.....

3.1.3. Классификация замороженных полуфабрикатов

Классификация замороженных полуфабрикатов в соответствии с ОКП.

- Продукция пищевой промышленности.
 - Продукция консервной и овощесушильной промышленности.
 - Продукция быстрозамороженная
 - Плоды, ягоды, пюре и пульпа плодовая и ягодная быстрозамороженные.
 -

3.1.4. Показатели социально-экономического развития

.....

Таблица 1. Основные показатели развития экономики, 2011-2013 гг.

Показатели	2011	2012	2013
ВВП			



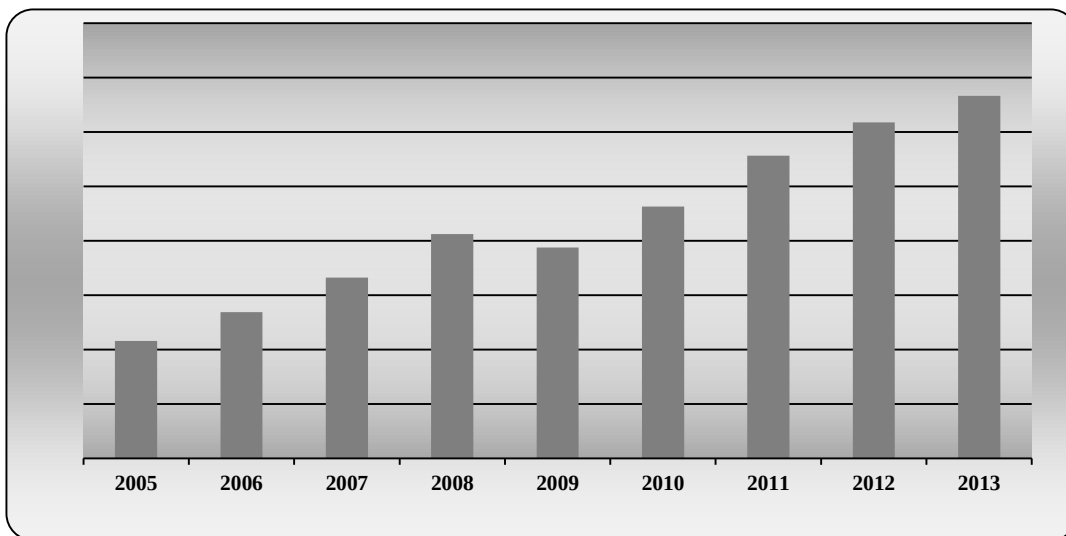
Индекс потребительских цен, на конец периода			
Индекс промышленного производства ¹⁾			
Обрабатывающие производства			

Источник:

Внутренний валовой продукт (ВВП). Промышленное производство

Объем ВВП России за 2013г. в текущих ценах составил *** трлн. рублей. Индекс его физического объема относительно 2012г. составил ***%. В 2011 и 2012 гг. индекс ВВП составлял ***% и ***% соответственно.

Диаграмма 1. Динамика ВВП за период 2005- 2013 гг. в текущих ценах, млрд. руб.



Источник:, 2014

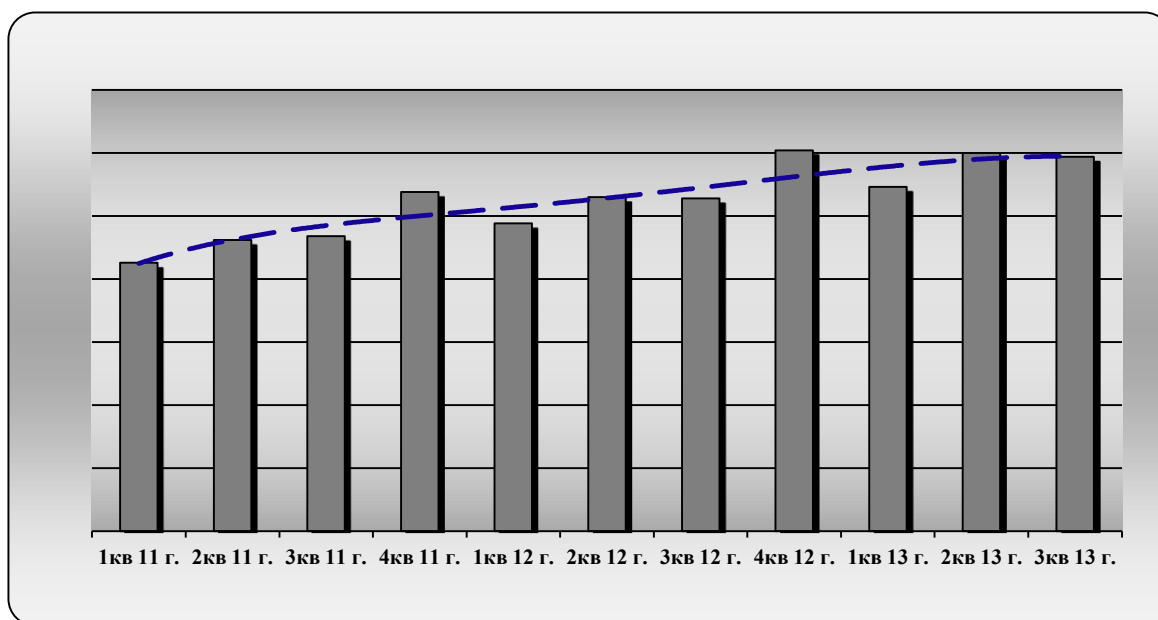
.....

Уровень доходов населения

Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата в 3-м квартале 2013 г. составила *** тыс. руб. и по сравнению с 3-м кварталом 2012 г. выросла на ***%.



Диаграмма 4. Динамика среднемесячной номинально начисленной заработной платы в 2011 –2013 гг., тыс. руб.



Источник:, 2014

.....

Перспективы развития экономики

*** выпустило обновленный прогноз развития экономики до 2016 г. По информации ***, в 2014 г. экономика наберет привычный темп в ***% ежегодного прироста. При этом *** ожидает снижения цены нефти и, как следствие, ухудшение платежного баланса. *** восстановления экономики должны стать рост реальных располагаемых доходов населения и инвестиции в основной капитал.

.....

3.1.5. Влияющие и смежные рынки

Пищевая промышленность

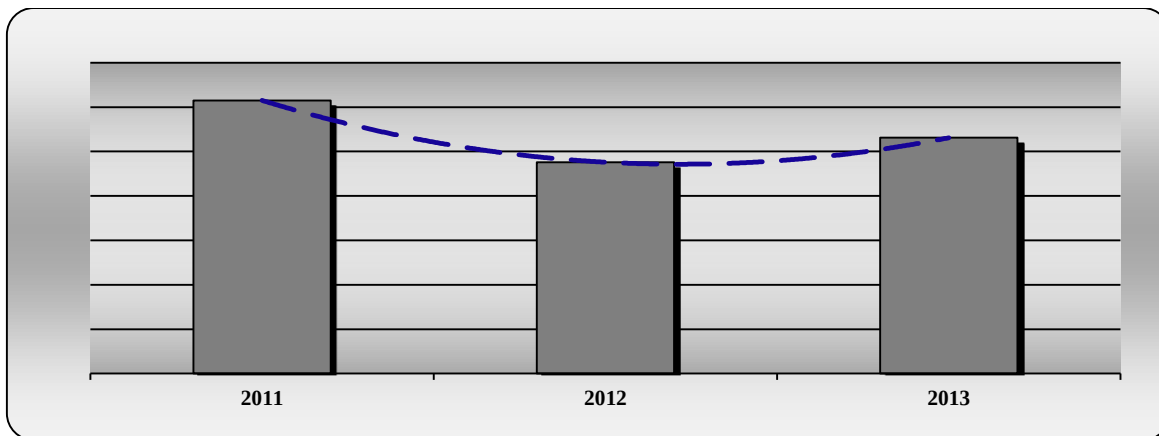


По данным Росстата России в январе-августе 2013 года индекс производства пищевых продуктов (включая напитки и табак) по отношению к аналогичному периоду 2012 года составил ***%.

Сельское хозяйство

В 2013 году индекс производства продукции сельского хозяйства в хозяйствах всех категории, по предварительным данным, составил ***% к 2012 г.

Диаграмма 6. Индекс производства продукции сельского хозяйства за 2011 –2013гг., в % к предыдущему году.



Источник:, 2014.

Таблица 4. Индекс производства основных сельскохозяйственных продуктов в сентябре 2013 г., %

Показатели	В % к		Январь-сентябрь 2013г. в % к январю- сентябрю 2012г.
	сентябрю 2012г.	августу 2013г.	
Производство мяса и мясопродуктов			
в том числе полуфабрикаты мясные (мясосодержащие) замороженные и замороженные			
Переработка и консервирование картофеля, фруктов и овощей			

Источник:



.....

Стратегия развития пищевой и перерабатывающей промышленности до 2020 г.

Стратегией развития пищевой и перерабатывающей промышленности до 2020 г. предусмотрено осуществить более *** инвестиционных проектов, включающих строительство предприятий по производству плодоовощных консервов,***.

.....

Таблица 5. Индикаторы развития пищевой и перерабатывающей промышленности до 2020 года

Показатели	2014 год	2016 год	2017 год	2018 год	2019 год	2020 год
Прирост мощностей по убою скота и его первичной переработке (тыс. тонн мяса на кости в год)						
Индекс производства пищевых продуктов, включая напитки, и табака (процентов)						

Источник:

Таблица 6. Объемы инвестиций в развитие ряда отраслей пищевой и перерабатывающей промышленности до 2020 года, млн. руб.

Показатели	2014 год	2015 год	2016 год	2017 год	2018 год	2019 год	2020 год
Мясная промышленность							
Индекс физического объема инвестиций в основной капитал отраслей пищевой промышленности (процентов)							

Источник:

.....

Рынок сладких и соленых снеков



По оценкам ***, в ближайшие годы средний годовой прирост на рынке соленых и сладких снеков в натуральном выражении составит ***%, а в денежном – ***% без учета инфляции. До 2015 года предполагаются *** темпы роста фруктовых снеков и **** темпов продаж картофельных чипсов, ***. Однако темпы роста всех категорий останутся довольно ***.

.....

3.2 СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА ЗАМОРОЖЕННЫХ ПОЛУФАБРИКАТОВ

3.2.1. Сегментация рынка замороженных полуфабрикатов

Российские потребители традиционно отдают предпочтение свежим продуктам с рынка или огорода летом и домашним соленьям зимой. Таким образом, до недавнего времени восприятие полуфабрикатов было как продукции второстепенной, не играющей заметную роль в домашней кулинарии.

Более правильная сегментация по степени готовности

Рассмотрим сегментацию рынка замороженных полуфабрикатов детально.

Диаграмма 8. Сегментация рынка по видам замороженных полуфабрикатов, 2013 год (оценка).

.....

Источник:, 2014

Наибольший сегмент рынка составляют готовые блюда **%, на втором месте красное мясо **%, на третьем рыба и морепродукты **%. Рассматривая сегменты рынка замороженных полуфабрикатов необходимо отметить, что объем и динамика рынка напрямую зависит от развития основного сегмента рынка –пельменей.

.....

3.2.2. Ценовая сегментация рынка замороженных полуфабрикатов

Произведем сегментацию рынка замороженных полуфабрикатов по ценовому признаку, однако данное деление носит условный характер.



.....

Рассмотрим ценовое деление рынка замороженных полуфабрикатов.

Таблица 7. Ценовые сегменты рынка замороженных полуфабрикатов, руб./кг.

Сегмент	Ценовые интервалы, руб. за кг.
Низкий сегмент	
Средний ценовой сегмент	
Высокий	
Премиум	

Источник:

Цена на замороженные полуфабрикаты низкого сегмента находится в диапазоне до *** руб. за килограмм, от *** руб. стоят среднего ценного сегмента, *** руб. стоят пельмени относящиеся к высокому сегменту, и свыше *** рублей за килограмм - сегмент премиум.

3.2.3. Сезонность на рынке замороженных полуфабрикатов

Сезонность всегда была проблемой для пищевого бизнеса. Каждый ищет свой выход. "Пассивные" во время падения спроса сокращают производство, впадая в зимнюю спячку. "Активные" владельцы холодильных мощностей предпочитают не терять прибыли и всегда работать на полную мощность:

В этих условиях непрекращающийся рост цен на сырье – мясо и муку – для мелких производителей может обернуться настоящей катастрофой.

3.3 ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА ЗАМОРОЖЕННЫХ ПОЛУФАБРИКАТОВ

3.3.1. Объем и темпы роста рынка замороженных полуфабрикатов



Необходимо отметить, что единого классификатора для российского рынка замороженных полуфабрикатов не существует, оценка объемов рынка в натуральном и денежном выражении, рассчитанная участниками рынка и аналитиками, может существенно отличаться.

.....

Таблица 8. Емкость российского рынка замороженных полуфабрикатов, %, \$ млрд.

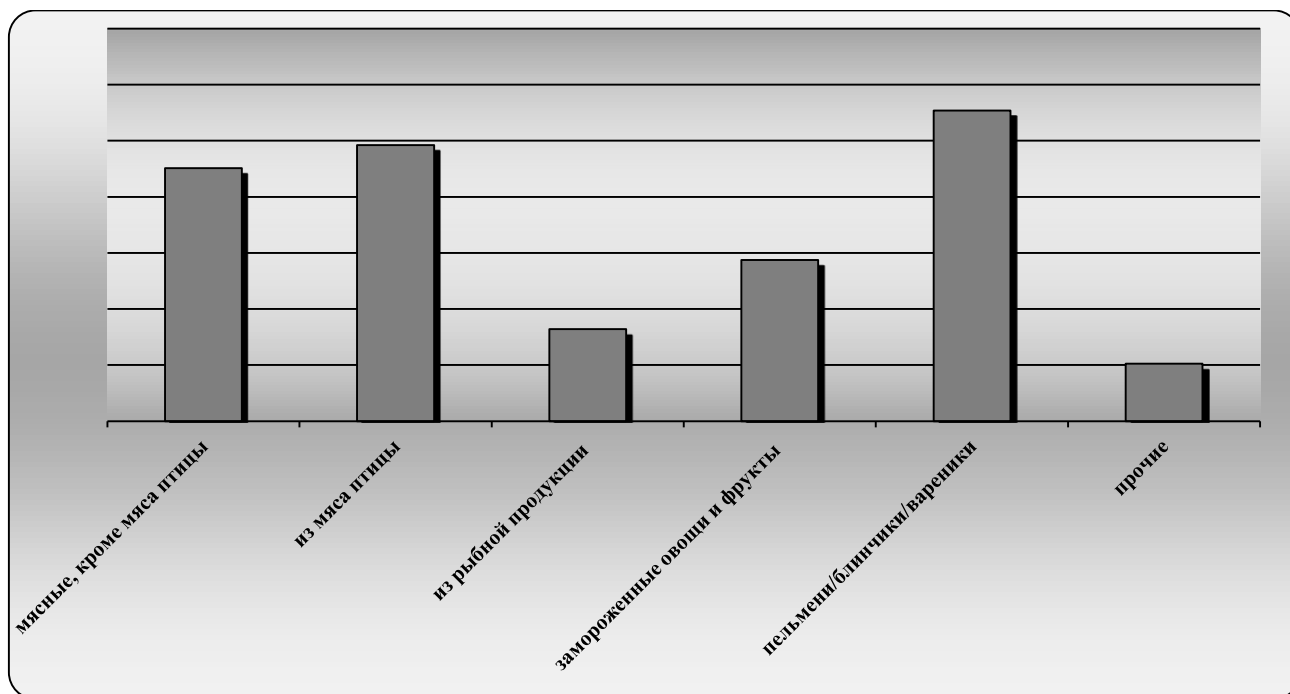
Показатели	2008	2009	2010	2011	2012 (оценка)	2013 (оценка)	2014 (прогноз)
Емкость рынка, \$ млрд.							
Рост рынка в год, %							
Среднегодовой курс \$							
Емкость рынка, тыс. тонн							
Рост рынка в год, %							

Источник:, 2014

Наиболее емким сегментом рынка замороженной продукции будет являться рынок мясных полуфабрикатов. Его доля составляет порядка ***% в натуральном выражении и демонстрирует устойчивую тенденцию к росту. Суммарная емкость сегмента в 2014 г оценивается в *** тыс. тонн продукции.

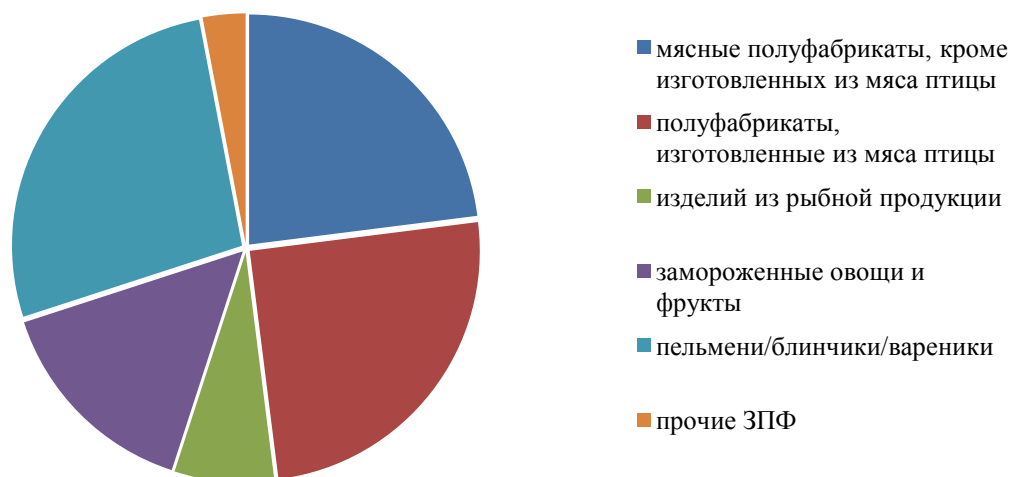
.....

Диаграмма 9. Объем рынка по видам замороженных полуфабрикатов, 2014 год (прогноз), тыс. тонн



Источник:, 2014

Диаграмма 10. Структура рынка по видам замороженных полуфабрикатов, 2014 год (прогноз), %



Источник:, 2014



3.3.2 Объем производства замороженных полуфабрикатов

Согласно помесечных данных Росстата, пиковый объем производства замороженных мясных (мясосодержащих) полуфабрикатов приходится на декабрь- в этом месяце рост по отношению к ноябрю составляет 10-13%.

Диаграмма 11. Объем российского производства мясных (мясосодержащих) замороженных полуфабрикатов в 2010 - 2013 гг., тонн

.....

Источник: ФСГС

В сегменте плодовоовощной замороженной продукции пиковый объем производства приходится на сентябрь-ноябрь- период переработки собранного урожая.

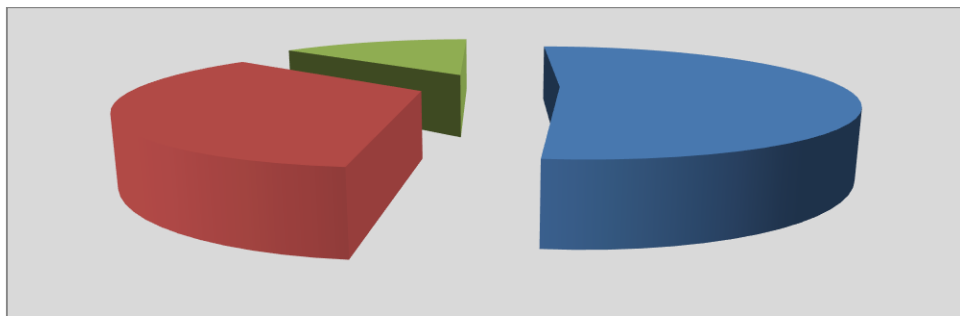
.....

3.3.3 Импорт замороженных мясных полуфабрикатов

Для замороженных полуфабрикатов существуют следующие коды ТН ВЭД:

.....

Диаграмма 13. Импорт замороженных овощных полуфабрикатов в стоимостном выражении, 2013г.



Источник:



Таблица 9. Импорт замороженных овощных полуфабрикатов в 2013г.

Страна импортер	тыс. долл.	тонн
Польша		
Нидерланды		
остальные страны		
Всего		

Источник:

Таким образом, в 2013 г. в Россию было импортировано около *** тыс. тонн овощных ЗПФ на сумму около *** млн. долл. *** % импорта в стоимостном выражении приходилось на Польшу и Нидерланды. Таким образом, доля импорта в сегменте овощных ЗПФ составляет около ***% от объема рынка ЗПФ и ***% от доли сегмента овощных ЗПФ.

3.4 КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА ЗАМОРОЖЕННЫХ ПОЛУФАБРИКАТОВ

3.4.1. Уровень конкуренции, параметры конкуренции

На данный момент российский рынок замороженной продукции насчитывает более двухсот участников. Однако, по данным исследовательской компании ***, в течение последующих пяти лет будет наблюдаться отсеивание мелких игроков, после чего на рынке останется не более сотни компаний.

.....

По данным *** крупнейшими российскими производителямипельменей являются:

- ООО «Инвест Альянс»
-

Крупнейшими производителями котлет являются:

-

Основная часть производства замороженных и подмороженных полуфабрикатов приходится на Центральный федеральный округ (почти ***% всего производства).

На долю пяти крупнейших получателей продукции, приходится порядка ***% всего импорта. Среди этих компаний можно



-

.....

3.4.2. Описание профилей крупнейших игроков рынка замороженных полуфабрикатов

ЗАО «ПРИОСКОЛЬЕ»

О компании

В декабре 2003 года приобрели обанкротившуюся птицефабрику в Новооскольском районе. К февралю 2004-го выработали стратегию развития компании, вытекающую из областной

.....

Виды деятельности

Выращивание и переработка мяса птицы.

Торговые марки

- Славная марка
- Приосколье
-

Основные показатели деятельности

Компания располагает собственным инкубаторным парком на *** млн. бройлерных цыплят в год, общий объем производства курочек родительского стада *** млн. голов в год, что дает возможность получить в дальнейшем *** млн. тонн мяса птицы.

Планы по развитию

ЗАО «Приосколье» — один из участников приоритетного проекта ***. В настоящее время проектная мощность птицекомплекса составляет:

- *** тыс. тонн мяса птицы в живом весе;
- *** млн. штук инкубационных бройлерных яиц.



Маркет
Аналитика

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

Таблица 11. Сравнительная характеристика крупнейших игроков рынка ЗПФ.

Название компании	Дата основания	Кол-во сотрудников	Основные виды деятельности	Торговые марки	Основные показатели деятельности	Планы по развитию
ЗАО «Приосколье»	2003 г.					

Источник:



3.5 КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ ЗАМОРОЖЕННЫХ ПОЛУФАБРИКАТОВ

3.5.1. Особенности сбытовой политики на рынке

Цепочка движения товара на рынке замороженных полуфабрикатов представлена на схеме 1.

Схема 1. Особенности сбытовых компаний.

.....

Источник:

Производители замороженных полуфабрикатов

.....

Основных участников рынка можно объединяют по следующим группам:

- Крупные холдинги федерального масштаба.....

Дистрибуторы

В роли посредников могут выступать дилеры или дистрибьюторы.

.....

На рынке представлены следующие оптовые каналы сбыта

- Дистрибьюторы/дилеры
-

Розничный сегмент

.....

Основными форматами розничной торговли являются

1. Не сетевые форматы розничной торговли:

- Рынок
-

2.



HoReCa

Название HoReCa (ХоРеКа) образовано из первых двух букв слов Hotel – Restaurant – Cafe/Catering.

Диаграмма 14. Структура продаж замороженных полуфабрикатов по торговым каналам, в стоимостном выражении

.....

Источник:

Практически вся продукция на рынке замороженных полуфабрикатов – ***% объема продаж – доходит до конечного потребителя через розничные магазины. Наибольшая доля продаж в розничных магазинах – более ***% – приходится на супермаркеты.

3.5.2. Ценообразование на рынке

В настоящее время цены на розничные товары устанавливаются продавцами на основании закупочной цены и торговой надбавки, которая может составлять ****%. Особенностью рынка является большое количество посредников, как на этапе закупки сырья производителями полуфабрикатов, так и на этапах реализации произведенной продукции. На российском рынке замороженных полуфабрикатов по итогам 2013 г. по сравнению с 2012 г. средняя цена на замороженные овощи выросла на **%, на пельмени- на ****%.

Таблица 12. Индекс потребительских на цен замороженные полуфабрикаты, в % к предыдущему году.

Вид продукции	2011	2012	2013
Замороженные овощи			
Пельмени			

Источник:, 2014

.....

Схема 2. Система ценовых методов (методов ценообразования).

.....

Источник:

.....



Таким образом, розничная цена товара зависит от следующих факторов:

- **Ценность товара для потребителя**

.....

-

3.5.3. Нормативные документы, регулирующие деятельность на рынке

.....

3.5.4. Основные каналы продвижения на рынке

Существует несколько каналов продвижения замороженных полуфабрикатов, выбор которых зависит от сегмента продукции и целевой аудитории.

Выделяют следующие виды продвижения:

- реклама на телевидении

-

.....

3.6 АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА ЗАМОРОЖЕННЫХ ПОЛУФАБРИКАТОВ

3.6.1. Описание потребителей на рынке

Основным потребителем на рынке продуктового ритейла в общем и рынке замороженных полуфабрикатов в частности является бытовой сектор, т.е. все население страны. По данным ***** численность населения России, на 1 января 2014г. составила *** млн.человек и за 2013 год увеличилась на *** тыс.человек, или на ***%.

Таблица 13. Показатели естественного движения населения, Россия, 2012-2013гг. 9 месяцев

	Тысяч			На 1000 населения		
	9 месяцев		Прирост, снижение	9 месяцев		2013 г. в % к 2012 г.
	2013 г.	2012 г.		2013 г.	2012 г.	
Родившиеся			/ - /			
Умершие - всего						
в том числе: дети в возрасте						

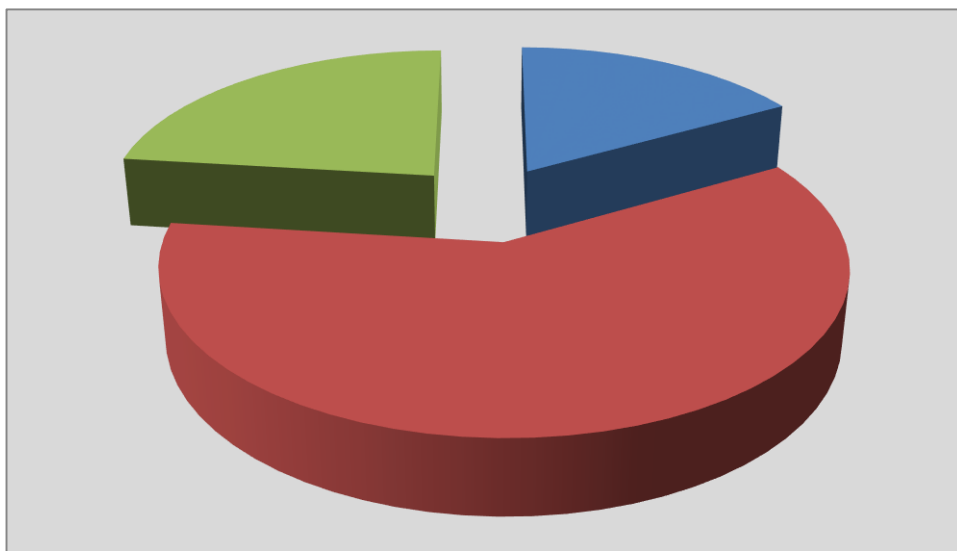


до 1 года						
Естественный прирост,						
убыль (-)						
Браки						
Разводы						

Источник:

Естественный прирост населения в январе-сентябре 2013г. составил *** тыс.человек.

Диаграмма 15. Возрастной состав населения, % от общей численности населения, Россия, январь 2013г.



Источник:

.....

Таблица 14. Распределение населения по размеру среднедушевого денежного дохода, Россия 2012-2013 гг.

Доход, руб.	2012				2013			
	I квартал	I полугодие	9 месяцев	Год	I квартал	I полугодие	9 месяцев	Год
Численность населения - всего								



<i>в том числе со среднедушевым денежным доходом в месяц, рублей: до 5000,0</i>								
5000,1 - 7000,0								
7000,1 - 10000,0								
10000,1 - 14000,0								
14000,1 - 19000,0								
19000,1 - 27000,0								
27000,1 - 45000,0								
свыше 45000,0								

Источник:

.....

3.6.2. Потребительские предпочтения на рынке

Основные потребители замороженной продукции — прежде всего жители крупных городов, таких как Москва и Санкт-Петербург. Это люди, которые стремятся вести здоровый образ жизни, не тратить много времени на приготовление пищи, и могут себе это позволить.

Диаграмма 18. Распределение респондентов по отношению к полуфабрикатам, %

.....

Источник:

Результаты исследования показали, что самыми популярными продуктами являются мясные. На них приходится ***% затрат потребителей на полуфабрикаты. Подкатегория «замороженные мясные полуфабрикаты» хорошо брендирована, однако лояльность внутри подкатегории относительно низкая. Замороженные морепродукты, наоборот, - категория слабобрендированная, отличается слабой рекламной активностью (знание рекламы не более ***%), однако лояльность покупателей к своей марке очень высокая.

.....

Таблица 17. Наиболее популярные брендыпельменей



Бренд	Компания -производитель

Источник:, 2014

.....

3.6.3. Маркетинговые мероприятия, направленные на стимулирование сбыта и привлечения потребителей

- Эффективными инструментами для продвижения уже существующих брендов являются BTL-программы, а именно:

-

При выводе нового продукта необходимо использовать все возможные инструменты — ATL и BTL.

.....

3.7 ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

3.7.1. Основные тенденции рынка

.....

Рынок замороженных полуфабрикатов очень разнообразен. Он насыщен рыбными блюдами, мясом кур и КРС, блинчиками, варениками, выпустили даже гарниры с зеленым горошком, и все это обильно усеяно традиционными русскими пельменями.

С ростом популярности замороженных полуфабрикатов и готовых продуктов, растет и количество недобросовестных производителей. Эта тенденция объясняет некоторые опасения потребителей при покупке продукта и является сдерживающим фактором роста рынка.



3.7.2. 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.

Таблица 20. STEEPLE-анализ

Social	Социальные факторы
• (+) • (+) • (-) • (-) • (+) • (+) • (+)	
Technological	Технологические факторы
• (+) • (+) • (+)	
Economic	Экономические факторы
• (+) • (+) • (+) • (+) • (+) • (+) • (+) • (-) • (+) • (-) • (+) • (+) • (+) • (-) • (+)	



Ecology	Факторы окружающей среды
• (-) • (-) • (-) • (-)	
Political	Политические факторы
• (-) • (-)	
Legal	Правовые факторы
• (-) • (-) • (-) • (+)	
Ethic	Этические факторы
• (-) • (-) • (-)	

Источник:

Факторы, благоприятствующие развитию рынка:

- Появление новых производственных технологий
-

Факторы, оказывающие негативное влияние на развитие рынка:

- Концентрация внимания на базовых товарах, спрос на натуральность продуктов замороженных полуфабрикатов
-

3.7.3. Риски и барьеры при выходе на рынок

Барьерами для выхода на рынок нового игрока могут стать следующие факторы:

- Широкий ассортимент
.....
- Низкая степень лояльности потребителей
.....



Рисками для компаний, существующих на рынке, могут стать:

- Высокий уровень конкурентной борьбы,
- Отсутствие средств (инвестиций)
- Отраслевые риски,
- Финансовые риски,
- Правовые риски,

.....



Маркет
Аналитика

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

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