



Маркет
Аналитика

ДЕМО-ВЕРСИЯ
РОССИЙСКИЙ РЫНОК КОЛБАСНЫХ ИЗДЕЛИЙ.
МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РЫНКА

Москва, май 2013



СОДЕРЖАНИЕ

I. ВВЕДЕНИЕ

II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА КОЛБАСНЫХ ИЗДЕЛИЙ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА

- 1.1. Определение продукции
- 1.2. Показатели социально-экономического развития
- 1.3. Влияющие и смежные рынки
- 1.4. Резюме по разделу

2. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА КОЛБАСНЫХ ИЗДЕЛИЙ

- 2.1. Сегментация Рынка по основным видам продукции
- 2.2. Сегментация Рынка по виду упаковки
- 2.3. Ценовая сегментация Рынка
- 2.4. Сезонность на Рынке
- 2.5. Резюме по разделу

3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА КОЛБАСНЫХ ИЗДЕЛИЙ

- 3.1. Объем производства
- 3.2. Объем импорта и экспорта
 - Импорт колбасных изделий
 - Экспорт колбасных изделий
- 3.3. Объем и темпы роста рынка
- 3.4. Резюме по разделу



4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА КОЛБАСНЫХ ИЗДЕЛИЙ

- 4.1. Уровень конкуренции, параметры конкуренции
- 4.2. Описание профилей крупнейших игроков Рынка
 - Останкинский мясоперерабатывающий комбинат
 - Черкизово
 - Дымов
 - Микояновский мясокомбинат
 - Царицыно
- 4.3. Резюме по разделу

5. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ КОЛБАСНЫХ ИЗДЕЛИЙ

- 5.1. Особенности сбытовой политики на Рынке
- 5.2. Описание розничного сегмента рынка
- 5.3. Нормативные документы, регулирующие деятельность на рынке
- 5.4. Основные каналы продвижения на рынке
- 5.5. Резюме по разделу

6. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА

- 6.1. Описание потребителей на Рынке
- 6.2. Потребительские предпочтения на Рынке
- 6.3. 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



ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Цель исследования

Изучение и анализ российского рынка колбасных изделий: текущей ситуации, тенденций и перспектив его развития с учётом влияния кризиса

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 колбасных изделий (далее Рынок)

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



Маркет
Аналитика

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

- аналитические обзоры, включая профессиональные издания (СМИ)
- сайты поставщиков изучаемых услуг



III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА КОЛБАСНЫХ ИЗДЕЛИЙ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА

1.1. Показатели социально-экономического развития

Внутренний валовой продукт (ВВП)

По данным «ФСГС РФ», объем **ВВП** России за 2012г. составил в текущих ценах ... млрд.руб. Индекс физического объема ВВП относительно 2011г. составил *****%. Индекс-дефлятор ВВП за 2012г. по отношению к ценам 2011г. составил *****%.

Диаграмма. Динамика ВВП за период 2007-2012гг., в текущих ценах, млрд. руб.

.....
Источник:

1.2. Влияющие и смежные рынки

Рынок мяса

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

.....
Источник:

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

По данным «ФСГС РФ», объем производства мяса (**в убойном весе**) в 2012г. составил ... млн. тонн и вырос на *% по сравнению с 2011г.

Диаграмма. Динамика производства мяса в РФ, млн.тонн

.....
Источник:

По прогнозам, к 2020г. производство мяса в России увеличится до ... млн.тонн



Диаграмма. Изменение структуры российского рынка мяса в 2000-2015г.г., % (в натуральном выражении)

.....

Источник:

За последние годы структура отечественного производства рынка претерпела изменения – увеличилась доля мяса птицы с **% в 2000г. до **% в 2011г. Вместе с тем, доля рынка говядины наоборот сокращается – с **% в 2000г. до **% в 2011г. По прогнозам, в ближайшие несколько лет сохранятся рост сегментов свиного мяса и мяса птицы, в то время как спрос на говядину продолжит снижаться.

2. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА КОЛБАСНЫХ ИЗДЕЛИЙ

2.1. Сегментация Рынка по основным видам продукции

Рынок колбасных изделий можно сегментировать по следующим основаниям:

1. По виду сырья

.....

2. По виду оболочки:

.....

3. По виду изделий

Схема. Виды колбасных изделий

.....

Источник:

Диаграмма. Структура производства колбасных изделий в РФ, % (в натуральном выражении)

.....

Источник:

Наибольшую долю в структуре производства колбасных изделий занимают вареные и копченые колбасы – **% и **% соответственно. Далее следуют:

- Сосиски (**%)



- Полукопченые колбасы (**%)
- Сардельки (*%)
- Ливерные колбасы (*%)
- и др.

4. По способу термической обработки:

По способу термической обработки колбасные изделия подразделяются на:

-

2.2. Сегментация Рынка по виду упаковки

Схема. Виды колбасных оболочек

.....

Источник: МПК «Норильский»

.....

2.3. Ценовая сегментация Рынка

Продукцию, представленную на рынке, можно условно разделить на три ценовых сегмента:

- Низкий ценовой сегмент – до ... руб./кг
- Средний ценовой сегмент – от ... до ... руб./кг
- Высокий ценовой сегмент – более ... руб./кг

Таблица. Средние потребительские цены на колбасные изделия в апреле 2012-2013г., руб.

Сегмент	Вид продукции	2012г.	2013г.	Темпы роста, %
Низкий				
Средний				
Высокий				

Источник:



Одними из наиболее доступных видов колбасных изделий являются сосиски и сардельки, а также вареные колбасы I сорта. В апреле 2013г., по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, цены на данные виды товаров выросли на *%. Среднеценовой сегмент представлен вареными колбасами высшего сорта, полукопченостями и другими видами колбасных изделий. За год стоимость продукции среднего ценового сегмента увеличилась на *-*%. В премиальном сегменте отмечался умеренный рост, так в апреле 2013г. рост средних потребительских цен на сырокопченые колбасы и мяскопчености составил около *%.

2.4. Сезонность на Рынке

.....

3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА КОЛБАСНЫХ ИЗДЕЛИЙ

3.1. Объем производства

Последние несколько лет объем производства колбасных изделий в России демонстрирует умеренный рост. Согласно данным официальной статистики в 2012г. отечественные мясоперерабатывающие предприятия выпустили ... тыс.тонн колбасных изделий, превысив показатели 2011г. на *%.

Диаграмма. Динамика производства колбасных изделий в РФ за 2010-2012г.г., тыс. тонн

.....

Источник:

В начале 2013г. наметился спад производства колбасных изделий, так по итогам I кв. 2013г. было произведено ... тыс.тонн продукции, что на *% меньше, чем за аналогичный период 2012г.



Диаграмма. Динамика производства колбасных изделий в 2012-2013г.г., тыс. тонн

.....

Источник:

В основном колбасные изделия производятся в Центральном ФО, на долю которого приходится около **% от общего объема выпуска.

Диаграмма. Географическая структура производства колбасных изделий в 2012г., %

.....

Источник:

Также, довольно активно колбасные изделия производятся в Приволжском и Северо-Западном ФО (**% и **% соответственно). Меньше всего колбасных изделий производится в Северо-Кавказском ФО – **%.

3.2. Объем импорта и экспорта

Импорт колбасных изделий

Согласно данным таможенной статистики, в 2012г. в Россию было ввезено ... тыс. тонн колбасных изделий на сумму в ... млн.долл. По сравнению с 2011г. импорт сократился на **% в натуральном выражении и на **% в стоимостном.

Диаграмма. Динамика импорта колбасных изделий за 2010-2012г.г.

.....

Источник:

Крупнейшим поставщиком колбасных изделий на территорию РФ является Республика Беларусь, на долю которой, по итогам 2012г. приходилось **% импорта в натуральном выражении и **% в стоимостном выражении.



Диаграмма. Структура импорта по странам-поставщикам в 2012г., % (в натуральном выражении)

.....

Источник:

В тройку лидеров, по объему ввезенной продукции в натуральном выражении, входят также США и Нидерланды. Объемы импорта данных стран составили соответственно ****% и ***% соответственно.

Диаграмма. Структура импорта по странам-поставщикам в 2012г., % (в стоимостном выражении)

.....

Источник:

Чуть более дорогие колбасные изделия ввозятся в Россию из Литвы и Испании, на долю которых приходится ****% и ***% импорта в стоимостном выражении.

Диаграмма. Соотношение производства и импорта колбасных изделий в 2012г., % (в натуральном выражении)

.....

Источник:

Сопоставив данные по объему производства колбасных изделий в РФ и объему импорта, становится ясно, что Россия практически полностью обеспечивает потребности в колбасных изделиях за счет собственного производства, в то время как на долю импорта приходится около *%.

Экспорт колбасных изделий

По данным «ФТС РФ», в 2012г. Россия поставила в другие страны ... тыс. тонн колбасных изделий на сумму в ... млн. долл. По сравнению с 2011г. экспортные поставки за рубеж увеличились на ***% в натуральном выражении и на ****% в стоимостном выражении.

Диаграмма. Динамика экспорта колбасных изделий за 2010-2012г.г.

.....

Источник:



Крупнейшим покупателем отечественных колбасных изделий в 2012г. был Казахстан, на долю которого приходилось **% экспорта в натуральном выражении и **% в стоимостном выражении. В тройку лидеров также входят Абхазия и Азербайджан.

Диаграмма. Структура экспорта по странам назначения в 2012г., %

.....

Источник:

Диаграмма. Соотношение экспорта и импорта колбасных изделий в 2012г., %

.....

Источник:

В настоящее время Россия имеет примерно равное соотношение объемов импорта и экспорта колбасных изделий в натуральном выражении (**% и **% соответственно). Однако в стоимостном выражении преобладают поставки продукции из зарубежных стран, что говорит о том, что в Россию ввозится преимущественно дорогостоящая продукция.

3.3. Объем и темпы роста рынка

Таблица. Исходные данные для расчета объема рынка колбасных изделий в 2010-2011г.г., тыс. тонн

Параметры	2010г.	2011г.	2012г.

Источник:

Итак, суммируя данные по объему производства колбасных изделий (... тыс.тонн) и импорта (... тыс. тонн), за вычетом экспорта (... тыс.тонн), получаем, что в 2012г. **объем рынка колбасных изделий** составил – ... **тыс. тонн**. По сравнению с 2011г. объем рынка увеличился на *%.

Диаграмма. Динамика российского рынка колбасных изделий за 2010-2012г.г., тыс.тонн

.....



Источник:

4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА КОЛБАСНЫХ ИЗДЕЛИЙ

4.1. Уровень конкуренции, параметры конкуренции

В настоящее время рынок продуктов мясопереработки России является в достаточной мере насыщенным и характеризуется большим количеством предприятий различной величины и специализации, а также широким спектром выпускаемой ими продукции. В виду большой концентрации рынка, суммарная доля крупнейших игроков рынка составляет около **% в стоимостном выражении:

- «ОМПК» - **%*
- Группа «Черкизово» - **%*
- «АБИ Групп» - **%*
- «Продо» - **%*
- «Маком» - **%*
- «Царицыно» - **%*
- «Гавр» - **%*
- «Дымов» - **%*

Диаграмма. Крупнейшие игроки рынка мясопереработки в РФ в 2012г., %

.....
Источник:

4.2. Описание профилей крупнейших игроков Рынка

Останкинский мясоперерабатывающий комбинат

<http://ompk.ru>

О компании

ОАО «Останкинский мясоперерабатывающий комбинат» (ОАО «ОМПК») - ведущий производитель продуктов мясопереработки и полуфабрикатов в центральной России.



Предприятие основано в 1954 году. На сегодняшний день комбинат входит в ТОП самых успешных компаний России.

«Останкино» принадлежат 17 торговых домов, 26 фирменных магазинов в Москве и одни из самых современных свинокомплексов в стране.

Ассортимент

.....

География деятельности

Основным рынком сбыта является Москва и МО. Мясоперерабатывающие предприятия и торговые дома расположены в Москве и МО, Липецке, Воронеже, Калуге, Санкт-Петербурге, Рязани, Белгороде, Ярославле, Нижнем Новгороде, Смоленске, Твери, Иваново, Брянске и Курске.

Показатели деятельности

-

Преимущества

-

Планы развития

-

Черкизово

www.cherkizovo-group.ru

О компании



Группа «Черкизово» – крупнейший в России производитель мясной продукции. Группа входит в тройку лидеров на рынках куриного мяса, свинины, продуктов мясопереработки и является крупнейшим в стране производителем комбикормов. Группа создана в 2005г. как объединение АПК «Черкизовский» и АПК «Михайловский».

В структуру Группы «Черкизово» входит:

- 7 птицеводческих комплексов полного цикла общей мощностью 400 тыс. тонн в живом весе в год
- 14 современных свинокомплексов общей мощностью 180 тыс. тонн в живом весе в год
- 6 мясоперерабатывающих предприятий общей мощностью 190 тыс. тонн в год
- 6 комбикормовых заводов общей мощностью около 1,4 млн тонн в год

За последние 5 лет Группа «Черкизово» инвестировала в развитие отечественного агропромышленного сектора более 1 млрд.долл.

Основными видами деятельности компании являются:

- Производство и реализация продукции мясопереработки (преимущественно на территории европейской части России)
- Разведение и выращивание кур, переработка и продажа охлажденной и замороженной птицы, произведенной на предприятиях Московской, Липецкой, Брянской и Пензенской областей
- Разведение и выращивание свиней на предприятиях Московской, Липецкой, Вологодской и Тамбовской областей и продажа свиней в живом весе.

Ассортимент

1.

География деятельности

.....



Показатели деятельности

-

Преимущества

.....

Планы развития

.....

5. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ КОЛБАСНЫХ ИЗДЕЛИЙ

5.1. Особенности сбытовой политики на Рынке

Схема. Цепочка движения товара на Рынке

.....

Источник:

.....

5.2. Описание розничного сегмента рынка

По данным «ФСГС РФ» в 2012г. оборот розничной торговли продовольственными товарами составил ... млрд. руб., что на *% больше, чем в 2011г., тогда оборот продуктового ритейла составил ... млрд. руб.

Диаграмма. Динамика продуктового ритейла за период 2006-2012 гг., млрд. руб.

.....

Источник:

По данным «ФСГС РФ», в апреле 2013г. в обороте розничной торговли пищевыми продуктами (включая напитки, и табачными изделиями) удельный вес оборота торговых сетей составил ****% (в апреле 2012г. - ****%).



Диаграмма. Структура продуктового ритейла по показателю оборота, %

.....

Источник:

В ... субъекте Российской Федерации доля сетевых торговых структур в общем объеме оборота розничной торговли превышала среднероссийский уровень. В то же время в ... субъектах Российской Федерации розничные торговые сети в апреле 2013г. обеспечивали менее **% общего объема оборота розничной торговли. Аналогичный показатель по Москве составил ****%, Санкт-Петербургу - ****%. В Республике Ингушетия, Чеченской Республике и Чукотском автономном округе розничные торговые сети отсутствуют.

Таблица. Сегментация сетей розничной торговли продуктами питания по форматам

Тип	Определение	Площадь, м ²	Ассортимент, ассортиментных позиций	Местоположение	Типичный покупатель
Cash&Carry					
Гипермаркет					
Супермаркет					
Дискаунтер					
«Магазин у дома»					

Источник:

На сегодняшний день наибольшая доля в структуре продаж продуктов питания принадлежит дискаунтерам (**%).

Диаграмма. Структура сетевой розницы, %

.....

Источник:

В свою очередь на долю супермаркетов приходится **% оборота российских продовольственных сетей, а на долю гипермаркетов (включая cash&carry) - **%.

Последние годы наблюдалась тенденция к сокращению доли супермаркетов, и увеличению доли гипермаркетов и дискаунтеров. По словам аналитиков, в развитых рынках, гипермаркеты занимают около **%, а доля супермаркетов составляет менее **%.



Таблица. Сегментация сетей розничной торговли продуктами питания по территориальному охвату

Тип сети	Описание сети	Типичные представители
Глобальная		
Федеральная (национальная или общероссийская)		
Локальная (региональная или местная)		

Источник:

Диаграмма. ТОП-10 продуктовых сетей РФ в 2012г., % (в стоимостном выражении)

Источник:

Крупнейшими игроками российского продуктового ритейла являются компании X5 RetailGroup и «Магнит», на долю которых приходится ***% и ***% Рынка.

Совокупная доля ... крупнейших игроков на рынке продовольственного ритейла составляет ****%. В ближайшее время можно ожидать усиления консолидации сетей в России.

5.3. Нормативные документы, регулирующие деятельность на рынке

5.4. Основные каналы продвижения на рынке

6. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА

6.1. Описание потребителей на Рынке

По данным «Госкомстата» численность населения России по состоянию на 1 января 2013 года составила ... млн. человек, из которых ... млн. проживает в городе.



Диаграмма. Структура населения России по территориальному признаку, на 1 января 2013г., %

.....

Источник:

Таблица. Структура населения по величине среднедушевых денежных доходов

Уровень доходов, руб.	2011г.				2012г.			
	I квартал	I полугодие	9 месяцев	год	I квартал	I полугодие	9 месяцев	год
до 3500,0								
3500,1-5000,0								
5000,1-7000,0								
7000,1-10000,0								
10000,1-15000,0								
15000,1-25000,0								
25000,1-35000,0								
свыше 35000,0								

Источник:

Таким образом, наибольшая доля населения приходится на людей с уровнем дохода ...-... тыс. руб. и ...-... тыс. руб. в месяц. Основными же потребителями являются группы населения с доходом от ... тыс.руб. Отметим положительную тенденцию в распределении доходов населения, так если в Iквартале 2012г. число людей с доходом свыше ... тыс. руб. составляло ****%, то уже по итогам года их число увеличилось до ****%.

6.2. Потребительские предпочтения на Рынке

Колбасные изделия остаются одним из самых популярных видов продуктов питания в России. В ходе опроса, проведенного РБК.research в 2013г., покупку колбас, сосисок и сарделек отметили **% респондентов.

Диаграмма. Доля покупателей основных продуктов питания в январе 2013г., %

.....

Источник:

Для большинства участников опроса, основными **критериями** выбора колбасных изделий являются:



-

.....
Диаграмма. Критерии выбора колбасных изделий, %

.....
Источник:

Говоря о потребительских предпочтениях относительно видов **упаковки** колбасных изделий, большинство респондентов отметили три вида. Чаще всего россияне покупают целый батон колбасы в заводской упаковке весом до ...-...гр. (****%). Чуть менее популярна весовая колбаса (**%) и замыкают тройку нарезанные куски батона колбасы, упакованные в заводскую упаковку (****%).

Диаграмма. Потребительские предпочтения относительно видов упаковки колбасных изделий, %

.....
Источник:

Наибольшим спросом среди потребителей колбасных изделий пользуется продукция, выпускаемая «Микояновским» (****%) и «Останкинским» (****%) мясоперерабатывающим комбинатом.

Диаграмма. Рейтинг мясоперерабатывающих компаний, %

.....
Источник:

Чуть меньшей популярностью пользуются колбасные изделия от компаний «Дымов» и «Царицыно» (по ****% соответственно), а также «Черкизовского комбината» (****%).

Номинально самыми известными мясокомбинатами, предлагающими своим покупателям широкий выбор различных видов колбасных изделий, в России являются «Микоян», «Царицыно», «Останкино», «Черкизово», «Дымов» и «КампоМос». Более **% респондентов (в возрасте ...-... лет и проживающих в крупных городах) отметили, что они знают данные мясокомбинаты. Известность данных колбасных брендов объясняется их хорошей



представленностью по всей России, рекламной активностью, а также широким ассортиментом колбасной и мясной продукции.

7. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

7.1. Основные тенденции Рынка

-

7.2. STEEPLE-анализ рынка

S	Социальные факторы
	<ul style="list-style-type: none">• (-)• (+)• (+)
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:

Таким образом, среди **факторов, благоприятствующих** развитию рынка можно отметить следующие:

-



Среди **проблем**, с которыми сталкиваются производители, можно отметить:

-

7.3. Риски и барьеры при выходе на рынок

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

.....

Рисками для компаний, существующих на рынке, могут стать:

.....

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