



Маркет
Аналитика

ДЕМО-ВЕРСИЯ

**РОССИЙСКИЙ РЫНОК РЫБЫ И МОРЕПРОДУКТОВ.
МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РЫНКА**

Москва, февраль 2014



I. ВВЕДЕНИЕ

II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА РЫБЫ И МОРЕПРОДУКТОВ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА РЫБЫ И МОРЕПРОДУКТОВ

- 1.1. Понятие товара
- 1.2. Показатели социально-экономического развития
- 1.3. Описание отрасли
- 1.4. Влияющие и смежные рынки
- 1.5. Резюме по разделу

2. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА РЫБЫ И МОРЕПРОДУКТОВ

- 2.1. Сегментация Рынка по видам промысловых рыб
- 2.2. Сегментация Рынка и морепродуктов по технологии производства и потребления
- 2.3. Сегментация Рынка по видам упаковки
- 2.4. Ценовая сегментация Рынка
- 2.5. Сезонность на Рынке
- 2.6. Резюме по разделу

3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА РЫБЫ И МОРЕПРОДУКТОВ

- 3.1. Объем производства
- 3.2. Объем импорта и экспорта
- 3.3. Объем и темпы роста Рынка
- 3.4. Резюме по разделу

4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА РЫБЫ И МОРЕПРОДУКТОВ

- 4.1. Параметры конкуренции



4.2. Сегментация игроков рынка

4.3. Описание профилей крупнейших игроков Рынка

Русское море

Группа компаний РОК-1

Компания Меридиан

Компания Санта-Бремор

Компания БАЛТИЙСКИЙ БЕРЕГ

4.4. Резюме по разделу

5. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ РЫБЫ И МОРЕПРОДУКТОВ

5.1. Особенности сбытовой политики на Рынке

5.2. Описание розничного сегмента

5.3. Ценообразование на рынке

5.4. Нормативные документы, регулирующие деятельность на рынке

5.5. Основные каналы продвижения на рынке

5.6. Резюме по разделу

6. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА

6.1. Описание потребителей на Рынке

6.2. Объем потребления на Рынке

6.3. Потребительские предпочтения на Рынке

6.4. Резюме по разделу

7. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

7.1. Основные тенденции Рынка

7.2. STEERPL-анализ рынка

7.3. Риски и барьеры при выходе на рынок

IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ



Маркет
Аналитика

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

Приложение 1. Объем импорта рыбы и морепродуктов в 2012-2013г.г. в
разрезе товарных групп

Приложение 2. Объем экспорта рыбы и морепродуктов в 2012-2013г.г. в
разрезе товарных групп



II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Цель исследования

Изучение и анализ российского рынка рыбы и морепродуктов: 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 рыбы и морепродуктов (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
- аналитические обзоры, включая профессиональные издания (СМИ)
- сайты поставщиков изучаемых услуг



III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА РЫБЫ И МОРЕПРОДУКТОВ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА РЫБЫ И МОРЕПРОДУКТОВ

1.1. Понятие товара

Рыба - важный промысловый продукт. Помимо употребления в пищу, из рыбы получают полезные вещества необходимые для производства лекарственных препаратов, технических жиров, удобрений. Также рыбу используют в качестве сырья для различных отраслей легкой промышленности. Существует огромное количество видов рыб, но только десятая часть из них считается полезными для человека. Остальные не представляют особой ценности и служат кормом для хищных рыб.

..... Союз активно работает по следующим направлениям:

- Взаимодействует с профильными государственными органами власти с целью выражения мнения предприятий рыбохозяйственного комплекса страны
-

1.2. Показатели социально-экономического развития

Для большей наглядности, приведем описание фаз протекания кризиса в 2009-2010г.г.¹

1. С января по февраль 2009г. – **инерция кризиса**. Для данного этапа были характерны следующие особенности: рост оттока капитала, ухудшение финансового положения предприятий, сокращение инвестиций в основной капитал, кризис краткосрочного кредитования, спад производства практически во всех отраслях экономики, включая потребительские
2. С марта по май 2009г. – **стабилизация в валютно-финансовой системе**. Благодаря проведению политики «дорогих денег», период девальвации остановился, что привело к изменению экономической ситуации, в частности, произошло снижение давления на валютный рынок, а уровень обменного курса держался в установленных рамках. В различных секторах экономики начали происходить изменения.

¹ Источник: «Центр макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования», 2009г.



3. С июня по декабрь 2009г. – **предпосылки стабилизации или перерыв спада**

Однозначно оценить данный период времени достаточно сложно, поскольку происходящие события имели как позитивную, так и негативную направленность: облегчение доступа компаний к кредитным ресурсам, адаптация компаний к самофинансированию, снижение занятости и реальных доходов населения.

4. С января по май 2010г. – **постепенный выход из кризиса**

По словам председателя Банка России Сергея Игнатьева, российская экономика медленно, но достаточно уверенно выходит из кризиса, а в числе проблем он назвал волатильность на мировых товарных и финансовых рынках.

5. С мая 2010г. по настоящее время – **восстановительный рост экономики.**

Для данного этапа характерны следующие особенности: активизация спроса российских компаний и населения на кредит, рост промышленного производства, анонсирование ряда крупных инвестиционных проектов, Снижение безработицы

Основной вопрос, который беспокоит всех, начиная от политиков и заканчивая обычными гражданами – приобретет ли наметившийся тренд необходимую устойчивость или нас ожидает волна кризиса. Ответ на этот вопрос будет зависеть от того, насколько грамотно будет использован наметившийся тренд.

Что касается Рынка рыбы и морепродуктов, то он, как одна из составляющих российской экономики, находится под влиянием основных социально-экономических показателей и в первую очередь:

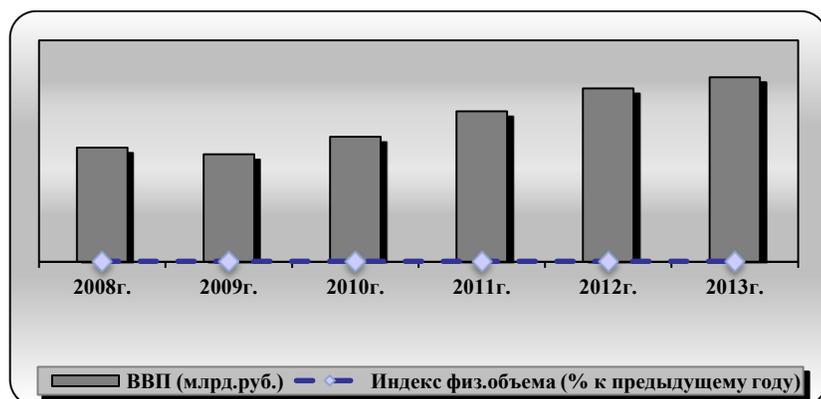
- Внутренний валовой продукт (ВВП)
- Уровень инфляции
- Уровень доходов населения
- Уровень занятости населения
- Объем розничной торговли



Внутренний валовой продукт (ВВП)

По предварительной оценке ***, объем **ВВП** России за 2013г. составил в текущих ценах *** млрд.руб. Индекс физического объема ВВП относительно 2012г. составил ***%. Индекс-дефлятор ВВП за 2013г. по отношению к ценам 2012г. составил ***%.

Диаграмма 1. Динамика ВВП за период 2008-2013гг., в текущих ценах, млрд. руб.



Источник: ***, 2014г.

В сентябре 2013г. был скорректирован «Прогноз социально-экономического развития Российской Федерации на 2014-2016г.г.», представленный «Минэкономразвития России». Согласно прогнозу возможно **четыре сценария развития экономики** (2 основных и 2 дополнительных):

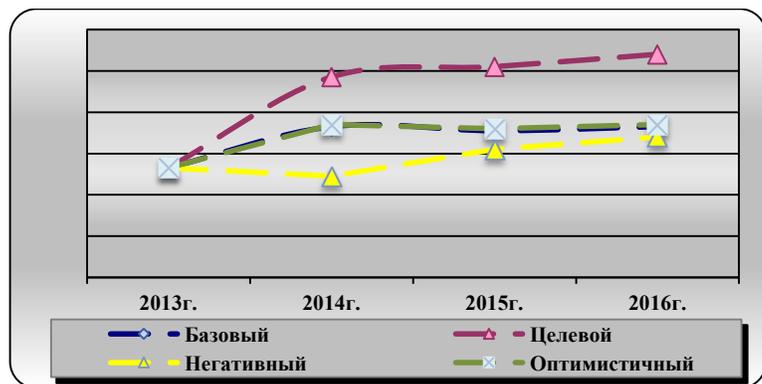
1. **Базовый вариант (1)** предполагает относительное повышение конкурентоспособности российской экономики, в т.ч. за счет торможения роста первичных энергетических и инфраструктурных издержек и определенного перераспределения доходов в пользу перерабатывающих отраслей. В 2014-2016гг. на фоне улучшения роста мировой экономики годовые темпы прироста ВВП могут повыситься до *** процента.
2. **Целевой вариант (3)** предусматривает полномасштабную реализацию всех задач, поставленных в указах Президента Российской Федерации от 7 мая 2012 г. № 596-606. Прежде всего, это означает выход на сверхвысокую траекторию темпов роста



Дополнительно проработаны варианты с различной динамикой цен на нефть и темпами роста мировой экономики.

3. **Негативный вариант (А)** ухудшения ситуации в мировой экономике, которое приводит к более сильному снижению цен на нефть. Среднегодовая цена на нефть Urals, оцениваемая в 2013 году на уровне *** долларов США за баррель, в 2014 году понижается до *** долларов США за баррель, в 2015-2016гг. предполагается ее стабилизация на уровне *** долларов США за баррель
4. **Оптимистичный вариант (с)**, который характеризуется ростом цен на нефть в 2014г. до *** долларов США за баррель с дальнейшим повышением до *** долларов США за баррель к 2016г. Темпы роста ВВП в 2014-2016гг. за счет «фактора нефти» могут в среднем на *** п.п. превышать уровень базового варианта и составлять *** процента.

Диаграмма 2. Прогноз величины ВВП на 2014-2016г.г., %



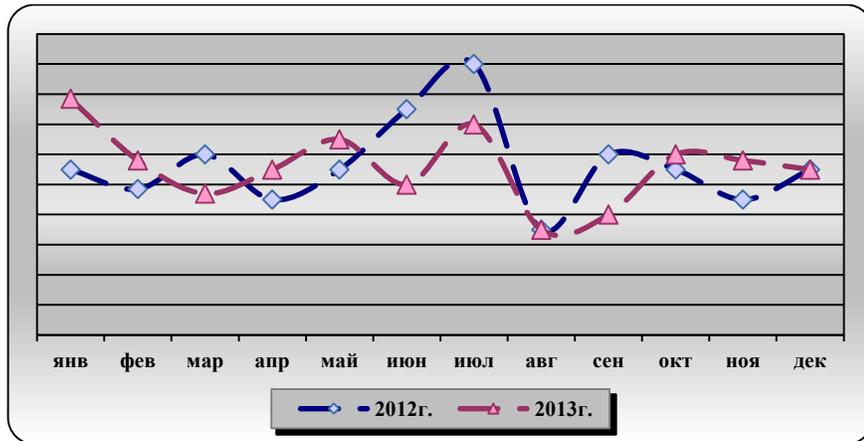
Источник: ***, 2013 г.

Уровень инфляции

Официальная статистика для определения уровня инфляции в стране использует **индекс потребительских цен (ИПЦ)**. В декабре 2013г. индекс потребительских цен составил **%, с начала года - **% (2012г.: в декабре - **%, с начала года - **%).



Диаграмма 3. Индекс потребительских цен, в 2012-2013г.г., % к предыдущему месяцу



Источник: *** 2014 г.

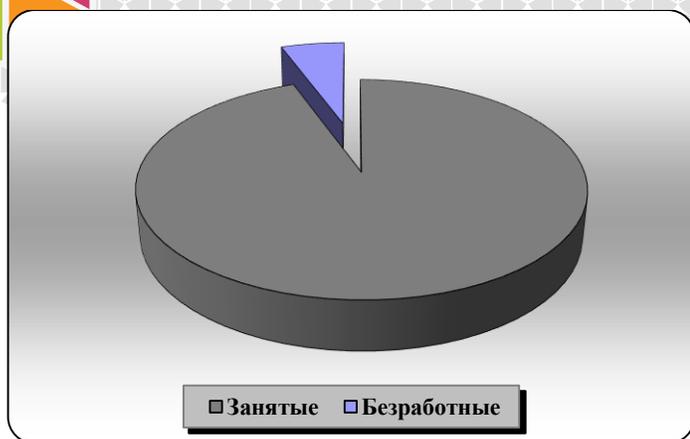
В декабре в 6 субъектах Российской Федерации потребительские цены на товары и услуги в среднем выросли на ***% и более, в том числе в Республике Ингушетия - на ***% (в результате удорожания продуктов питания на ***%). В Москве индекс потребительских цен за месяц составил ***% (с начала года - ***%), в Санкт-Петербурге - *** (с начала года - ***%).

Уровень занятости

В декабре 2013г. *** подвел итоги выборочного обследования населения по проблемам занятости, согласно которому численность **экономически активного населения** в возрасте 15-72 лет (занятые + безработные) составила *** млн.чел., или около ***% от общей численности населения страны.

При этом, в численности экономически активного населения ***% (***) млн.чел.) классифицировались как занятые и 5,6% (***) млн.чел.) - как безработные с применением критериев МОТ (т.е. не имели работы или доходного занятия, искали работу и были готовы приступить к ней в обследуемую неделю).

Диаграмма 4. Уровень занятости в декабре 2013г., %



Источник: ***, 2014г.

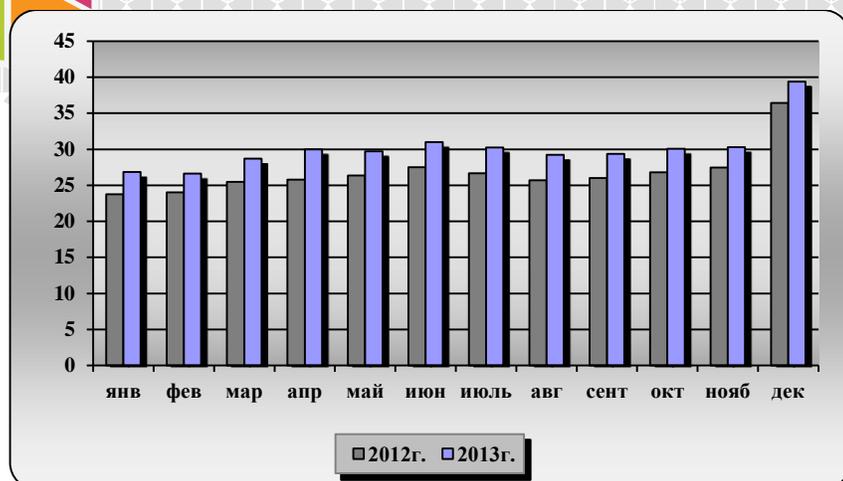
По сравнению с ноябрем численность занятого населения в декабре 2013г. уменьшилась на *** тыс.человек или на **%, численность безработных увеличилась на *** тыс.человек, или на **%. По сравнению с декабрем 2012г. численность занятого населения сократилась на *** тыс.человек, или на **%, численность безработных выросла на *** тыс.человек, или на **%.

.....

Уровень доходов

По предварительным данным ***, **среднемесячная начисленная заработная плата** в 2013г. составила *** рублей и по сравнению с 2012г. выросла на **%, в декабре 2013г. - *** рублей и выросла по сравнению с соответствующим периодом предыдущего года на **%.

Диаграмма 5. Динамика среднемесячной номинально начисленной заработной платы, руб.



Источник: ***, 2014 г.

Реальные располагаемые денежные доходы (доходы за вычетом обязательных платежей, скорректированные на индекс потребительских цен) в 2013г. по сравнению с 2012г. увеличились на **%, в декабре 2013г. по сравнению с соответствующим периодом предыдущего года - на **%.

.....

Розничная торговля

Оборот розничной торговли по итогам 2013г. составил *** трлн. руб., что на **% больше, чем в 2012г., в декабре 2013г. - *** млрд.руб. и **% к соответствующему периоду предыдущего года.

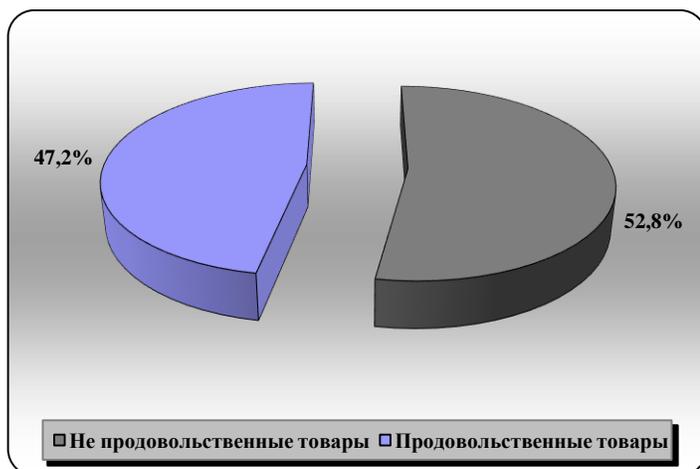
Диаграмма 6. Оборот розничной торговли в 2006-2012г.г., трлн. руб.



Источник: ***, 2013 г.

В 2013г. в структуре оборота розничной торговли удельный вес пищевых продуктов, включая напитки, и табачных изделий составил **%, непродовольственных товаров - **% (в 2012г. - **% и **% соответственно), в декабре 2013г.- соответственно **% и **% (в декабре 2012г. - **% и **%).

Диаграмма 7. Структура оборота розничной торговли в декабре 2013г., %



Источник: ***, 2013 г.

Рост оборота розничной торговли способствует увеличению спроса на различные виды потребительских товаров, и как следствие, провоцирует рост производства.



1.3. Описание отрасли

Рыбная промышленность – отрасль пищевой промышленности, занимающаяся добычей и переработкой рыбы, морского зверя, китов, морских беспозвоночных и водорослей в разнообразные виды пищевой, медицинской, кормовой и технической продукции.

Структура отрасли

Рыбная промышленность включает в себя следующие подотрасли:

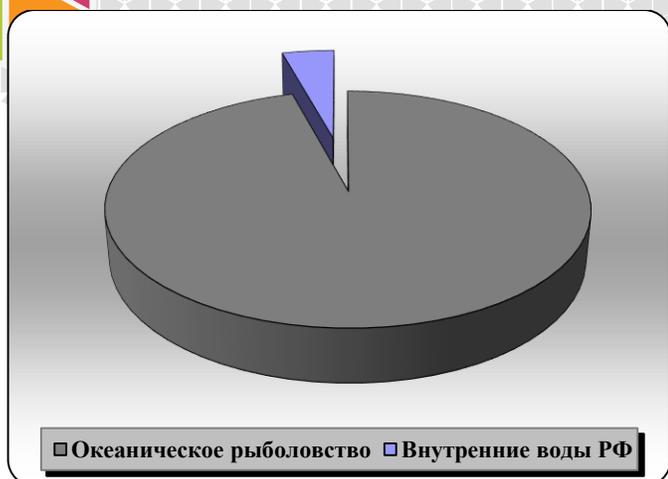
- Рыболовство
- Рыбоводство
- Рыбопереработка

Рыболовство – добыча речных и морских рыб. Объектом рыболовства в тесном значении этого слова служит рыба. В более широком смысле к рыболовству относят вообще промысел водных низших и высших животных. Лов рыбы в промышленных целях производится для использования ее в питании, а также для добычи рыбьего жира. Лов рыбы в качестве хобби, вида отдыха или спорта принято называть рыбалкой.

Рыбоводство – отрасль сельского хозяйства, занимающаяся разведением рыбы, улучшением и увеличением рыбных запасов в водоёмах. Рыбоводство является главной формой аквакультуры и предусматривает разведение рыбы на коммерческой основе в цистернах или загонах, обычно, для пищи.

.....

Диаграмма 8. Распределение добычи рыбы и биоресурсов в РФ за 9 мес. 2013г., % от общего объема улова



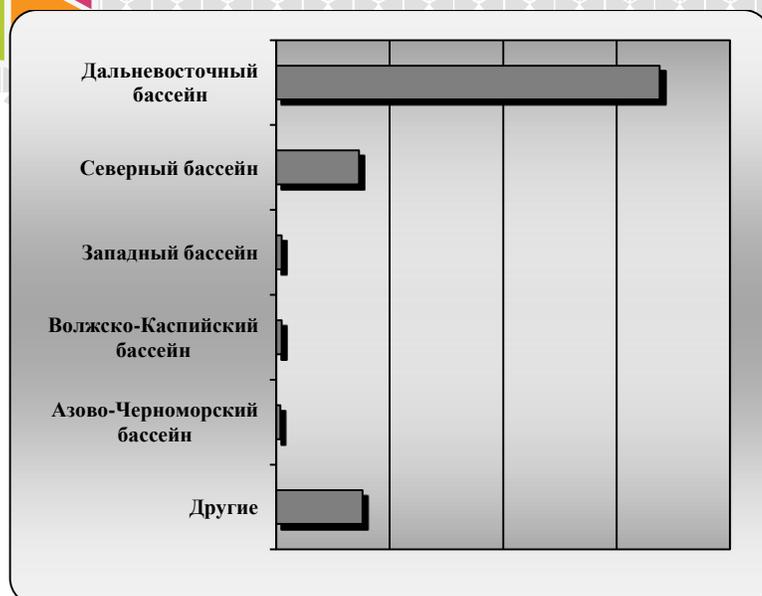
Источник: ***, 2014г.

Районы промысла рыбы и биоресурсов в РФ разделены на бассейны:

- Дальневосточный бассейн
- Северный бассейн
- Западный бассейн
- Каспийский бассейн
- Азово-Черноморский бассейн

Рассмотрим данные промысловые районы подробнее.

Диаграмма 9. Районы промысла рыбы и биоресурсов российскими рыбохозяйственными организациями в 2013г., % от общего объема улова



Источник: ***, 2014г.

Дальневосточный бассейн

Основной промысловый район РФ – обеспечил в 2013г. около 70% всей рыбной продукции РФ. Сырьевой базой Дальневосточного бассейна является:

- Чукотское море с бассейнами впадающих в него рек
-

Состояние рыбопромыслового флота

Важнейшей составляющей производственного потенциала рыбохозяйственного комплекса РФ является рыбопромысловый флот. По данным ***, общая численность добывающих судов рыбопромыслового флота России составляет около *** тыс. судов.

Диаграмма 10. Состав судов рыбопромыслового флота РФ мощностью двигателей 55 квт и более, %



Источник: ***

Основную массу судов рыбопромыслового флота РФ составляют добывающие и вспомогательные суда (*** и ***% соответственно). Оставшуюся часть флота составляют:

- Приемно-транспортные суда – ***%
- Суда специального назначения – ***%
- Обрабатывающие суда – ***%

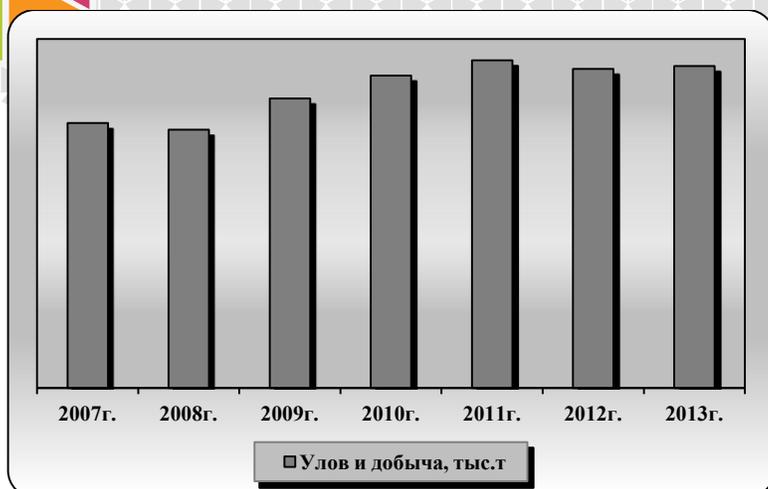
Одной из главных проблем российского рыбопромыслового флота является его сильный износ, так, по информации Российского морского регистра судоходства и ***, в настоящее время более ***% судов эксплуатируются сверх нормативного срока и их состояние продолжает ухудшаться.

.....

Объем добычи и разведения рыбы и биоресурсов

По данным ***, в 2013г. **вылов** водных биоресурсов российскими рыбохозяйственными организациями сохранится на уровне 2012г. и составит *** млн.тонн (+***%).

Диаграмма 11. Динамика добычи рыбы и биоресурсов в 2006-2013г.г., тыс. тонн



Источник: ***, 2013г.

Таким образом, последние 4 года отечественная рыбопромысловая отрасль демонстрирует рекордные показатели добычи рыбы и биоресурсов – более *** млн.тонн.

Таблица 1. Динамика добычи рыбы и биоресурсов по основным промысловым районам в 2012-2013г.г., тыс.тонн

Промысловые районы	2012г.	2013г.	2012г. к 2013г., %
Дальневосточный бассейн			
Северный бассейн			
Западный бассейн			
Волжско-Каспийский бассейн			
Азово-Черноморский бассейн			
Другие			
Всего			

Источник: ***, 2014г.

Говоря о **проблемах** развития аквакультуры в РФ, специалисты отмечают:

- Многочисленных согласований документов с чиновниками разного уровня
-

По словам главного специалиста «Всероссийского института рыбного хозяйства и океанографии в бассейне Черного моря» Ирины Яхонтовой, чтобы получить в аренду участок земли и участок воды, институту пришлось выполнить более *** предписаний и получить более *** согласований. При этом срок аренды составляет всего 11 месяцев.



1.4. Влияющие и смежные рынки

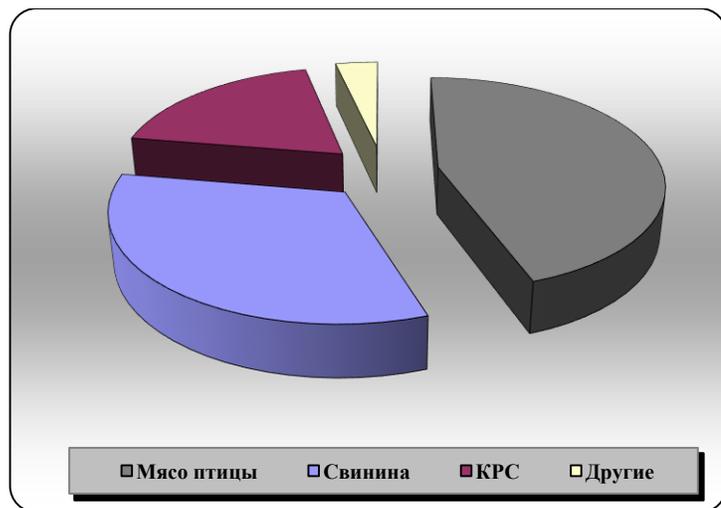
Обзор влияющих рынков в рамках исследования рынка рыбы и морепродуктов важен для более полного представления тенденций рынка. К влияющим рынкам можно отнести рынок мяса.

Рынок мяса

В зависимости от **вида** животных рынок включает в себя следующие виды мяса:

- Говядина
- Свинина
- Баранина
- Конина
- Птица

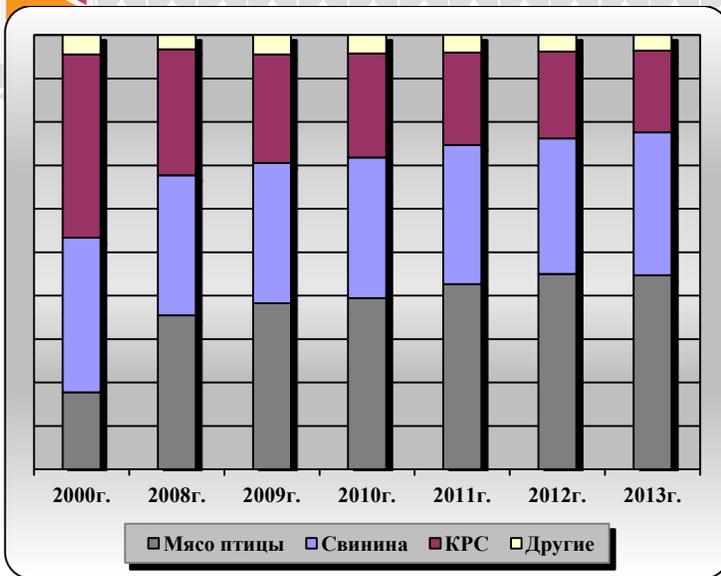
Диаграмма 12. Структура производства по основным видам мяса в 2013г., % (в натуральном выражении)



Источник: ***, 2014г.

По данным ***, наиболее емким сегментом российского рынка является сегмент мяса птицы, на долю которого приходится ***% рынка, далее следуют свинина (***%), КРС (***%) и др.

Диаграмма 13. Изменение структуры российского рынка мяса в 2000-2013г.г., % (в натуральном выражении)



Источник: ***, 2014г.

За последние годы структура отечественного производства рынка претерпела изменения – увеличилась доля мяса птицы с ***% в 2000г. до **% в 2013г. Вместе с тем, доля рынка КРС наоборот сокращается – с ***% в 2000г. до ***% в 2013г.

По прогнозам, в ближайшие несколько лет, более высокие темпы роста будет демонстрировать сегмент свиного мяса, однако наиболее перспективным сегментом рынка является рынок мяса птицы, чему способствуют следующие факторы:

- Поддержка государства (льготное налогообложение, таможенное регулирование)
-



2. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА РЫБЫ И МОРЕПРОДУКТОВ

2.1. Сегментация Рынка по видам промысловых рыб

Существует **три вида** промысловых рыб:

1. **Пресноводные рыбы** – обитают в водах рек, озер и других пресных водоемах. Особо ценные породы разводят в искусственно созданных условиях, к примеру, форель.
2. **Морские рыбы** обитают в глубинах морей и океанов и делятся на:
 - Придонные
 - Донные
 - Пелагические

Донные и придонные рыбы обитают на дне, а пелагические, наоборот, плавают в поверхностных водах.

3. **Проходные рыбы** живут и кормятся в морских водах, а на нерест отправляются в воды рек. Чтобы преодолеть тысячи километров им приходится накапливать большой запас жира, вследствие чего их мясо обладает высокой калорийностью и отличными вкусовыми качествами. Проходные и полупроходные рыбы наиболее уязвимы, поскольку на их размножение пагубно влияет строительство плотин и загрязнение речных вод.

Можно выделить несколько **семейств** промысловых пород рыб.

.....

2.2. Сегментация Рынка и морепродуктов по технологии производства и потребления

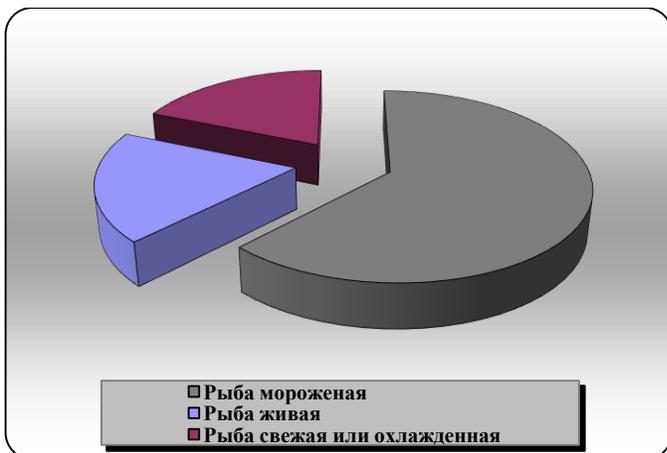
В зависимости от технологии производства, рынок рыбы и морепродуктов можно сегментировать по следующим основаниям:

1. По степени температурной обработки:

- Рыба живая
- Рыба свежая или охлажденная.....



Диаграмма 14. Структура производства рыбы в РФ в 2013г. (по степени температурной обработки), %



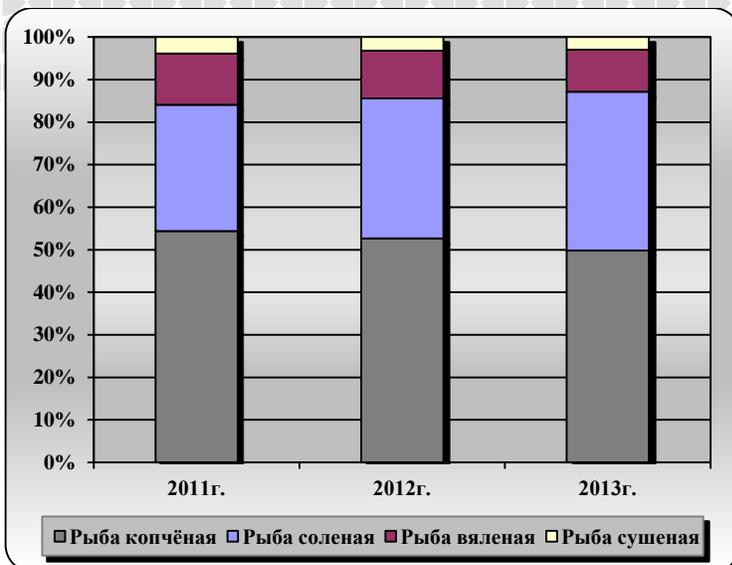
Источник***, 2014г.

По данным «ФСГС РФ», в структуре производства рыбы в РФ наибольшую долю занимает мороженная рыба – более **%. На долю живой, а также свежей и охлажденной рыбы приходится по **%.

2. По виду обработки

В зависимости от вида и степени обработки, выделяют: вяленую, копченую, соленую и сушеную рыбу.

Диаграмма 15. Структура производства рыбы по виду обработки за 2011-2013г.г., % (в натуральном выражении)



Источник: ***, 2014г.

Около ***% производства приходится на копченую рыбу, однако постепенно ее доля в общем объеме выпуска сокращается. На втором месте находится соленая рыба, доля которой увеличилась с ***% в 2011г. до ***% в 2013г.

Рассмотрим представленные виды рыбы подробнее.

- **Вяленая рыба**

.....

2.3. Сегментация Рынка по видам упаковки

В зависимости от степени готовности рыбы и морепродуктов используются различные виды упаковки:

- Стекланная тара
- Металлическая тара
- Вакуумная упаковка
- Пластиковая упаковка
- Картонная тара и упаковка

.....



2.4. Ценовая сегментация Рынка

Для начала рассмотрим **средние цены** на различные виды рыбы и морепродукты.

Таблица 2. Средние цены на рыбу и морепродукты в январе 2013-2014г.г., руб.

Вид рыбы	2013г.	2014г.	В % к 2013г.
Икра лососевых рыб, отечественная, кг			
Соленые и копченые деликатесные продукты из рыбы, кг			
Рыба мороженая разделанная лососевых пород, кг			
Рыба соленая, маринованная, копченая, кг			
Филе сельди соленое, кг			
Филе рыбное, кг			
Рыба живая и охлажденная, кг			
Рыба мороженая разделанная (кроме лососевых пород), кг			
Сельдь соленая, кг			
Рыбные пресервы, 350 г			
Рыба замороженная неразделанная, кг			
Консервы рыбные натуральные и с добавлением масла, 350 г			
Консервы рыбные в томатном соусе, 350 г			

Источник: ***, 2014г.

Среди наблюдаемых видов рыбы и морепродуктов наиболее **дорогостоящими** являются икра лососевых рыб (***) руб.) К числу дорогостоящих можно также отнести соленые и копченые деликатесные продукты (***) руб.).

По сравнению с аналогичным периодом 2013г., в январе 2014г. наиболее сильно выросли цены на следующие товары:

- Икра лососевых рыб, отечественная (+***)%
- Рыба мороженая разделанная лососевых пород (+***)%
- Соленые и копченые деликатесные продукты из рыбы (+***)%

.....

2.5. Сезонность на Рынке

Спрос на рыбу и морепродукты имеет ярко выраженную сезонность: летом рыбу практически не едят или покупают очень мало, рост спроса наблюдается осенью и зимой. Также довольно



Кроме того спрос на различные виды рыбы зависит от времени вылова рыбы:

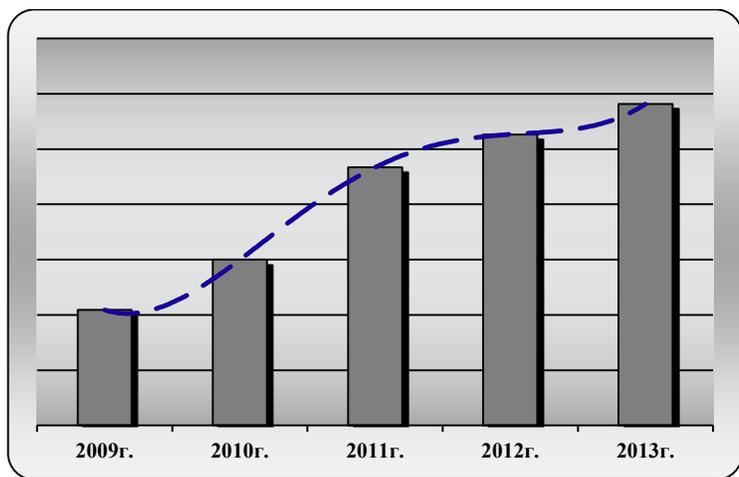
-

3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА РЫБЫ И МОРЕПРОДУКТОВ

3.1. Объем производства

По данным отчета ***, **объем производства** рыбы и рыбных переработанных и консервированных продуктов в 2013г. составил *** **тыс. тонн**, что на ***% больше, чем в 2012г.

Диаграмма 16. Объем производства рыбы и рыбных переработанных и консервированных продуктов, тыс. тонн



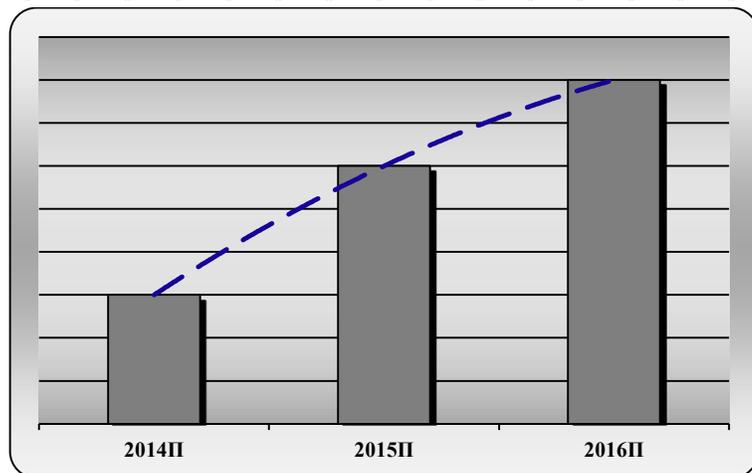
Источник: ***, 2012г.

Рост производства рыбы и рыбных продуктов, переработанных и консервированных, связано с увеличением импортного сырья на переработку, наряду со стабильным объемом вылова (добычи) рыбы и спроса на рыбу и морепродукты.

.....



Диаграмма 17. Умеренно-консервативный прогноз динамики производства рыбной продукции (включая консервы) на 2014-2016г.г., %



Источник: ***, 2013г.

Одной из главных **проблем** отечественного рыбохозяйственного комплекса, является отсутствие современной перерабатывающей базы, вследствие чего, значительная часть российских биоресурсов отправляется за рубеж, для последующей переработки.

3.2. Объем импорта и экспорта

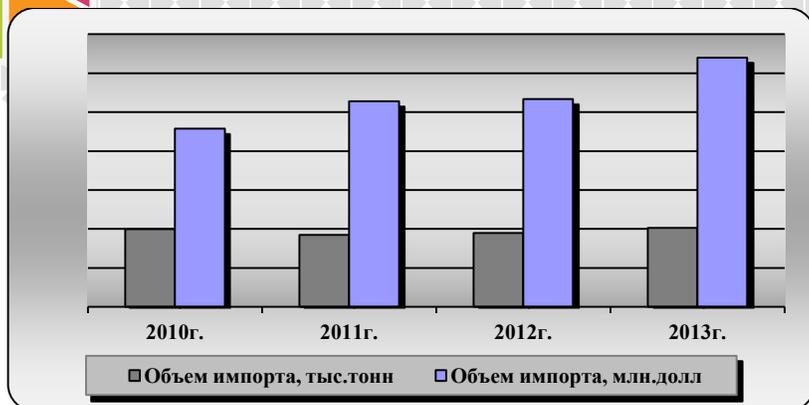
В расчетах были использованы данные таможенной статистики по кодам ТНВЭД:

- 0301 – живая рыба
- 0302 –

Импорт рыбы и морепродуктов

Согласно данным *** в 2013г. в Россию было ввезено *** тыс. тонн рыбы и морепродуктов на сумму в ***млн.долл. По сравнению с 2012г. импорт увеличился на ***% в натуральном выражении и на ***% в стоимостном.

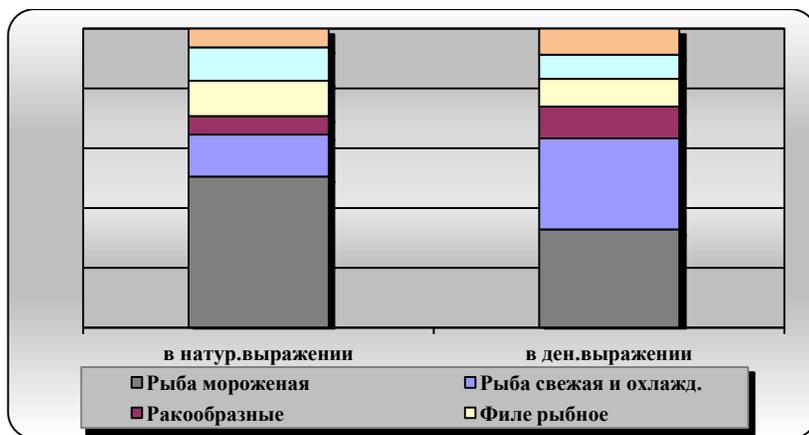
Диаграмма 18. Объем импорта рыбы и морепродуктов в 2010-2013г.г.



Источник: ***, 2014г.

Лидирующей товарной группой остается **мороженная рыба** – ей принадлежат ***% от общего показателя импорта в натуральном выражении и ***% в денежном выражении. Далее следуют: свежая и охлажденная рыба (***% в натуральном и ***% в денежном выражении).

Диаграмма 19. Структура импорта рыбы и морепродуктов в 2013г. в разрезе товарных групп, %



Источник:***, 2014г.

В 2013г. значительно увеличился физический объем ввоза моллюсков (+***%), мороженной рыбы (+***%) и ракообразных (+***%). Между тем, высокие темпы роста импорта в стоимостном выражении обеспечены за счет прироста поставок мороженной рыбы (+***%) и ракообразных (***%).

Таблица 3. Динамика импорта рыбы и морепродуктов в 2013г. в разрезе товарных групп, %

Вид рыбы	КГ		Темпы роста, %	ДОЛЛ.		Темпы роста, %
	2012г.	2013г.		2012г.	2013г.	
Рыба мороженая						
Рыба свежая и охлажденная						
Филе рыбное						
Готовая или конс.прод.						
Ракообразные						
Моллюски						
Другие						
Итого						

Источник: ***, 2014г.

.....

Таблица 4. Структура импорта мороженой рыбы (по основным видам) в янв-ноя 2012г., % (в натуральном выражении)

№	Вид рыбы	Импорт, кг	Доля	№	Вид рыбы	Импорт, долл	Доля
1	Сельдь						
2	Скумбрия						
3	Сардины						
4	Лосось атлант. и дунайский						
5	Форель						
	Другие				Другие		
	Всего				Всего		

Источник: ***, 2014г.

Что касается импорта **свежей и охлажденной рыбы**, то в Россию, в основном, ввозится свежий и охлажденный лосось, на долю которого приходится около ****% импорта, как в натуральном, так и в стоимостном выражении.

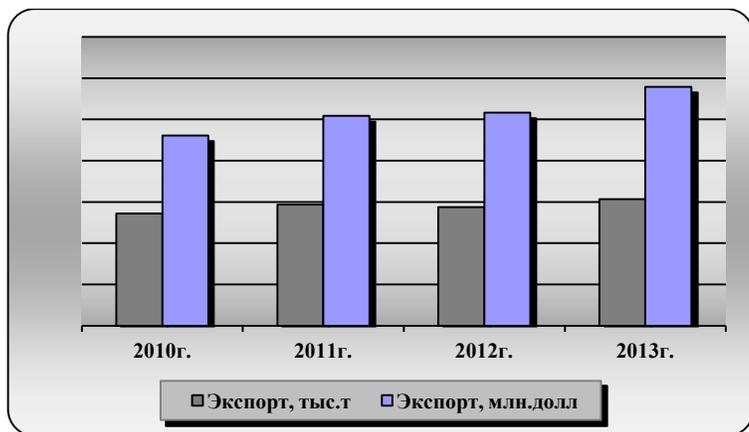
.....

Экспорт рыбы и морепродуктов



По данным ***, в 2013г. Россия **поставила** в другие страны *** тыс.тонн рыбы и морепродуктов на сумму в *** млн.долл. По сравнению с 2012г. экспорт увеличился на ***% в натуральном выражении и на ***% в стоимостном выражении.

Диаграмма 20. Объем экспорта рыбы и морепродуктов в 2010-2013г.г., тыс. тонн



Источник: ***, 2014г.

Структура экспорта в разрезе товарных групп, аналогична импорту – более ***% российского экспорта в натуральном выражении и ***% в денежном выражении приходится на мороженую рыбу. Далее с заметным отставанием следуют: рыбное филе и ракообразные.

.....

3.3. Объем и темпы роста Рынка

Для расчета объема рынка в **натуральном выражении** нам понадобятся данные, полученные ранее:

- Объем производства рыбы и морепродуктов
- Объем импорта рыбы и морепродуктов
- Объем экспорта рыбы и морепродуктов

Таблица 5. Исходные данные для расчета объема рынка рыбы и морепродуктов в 2010-2013г.г., тыс. тонн

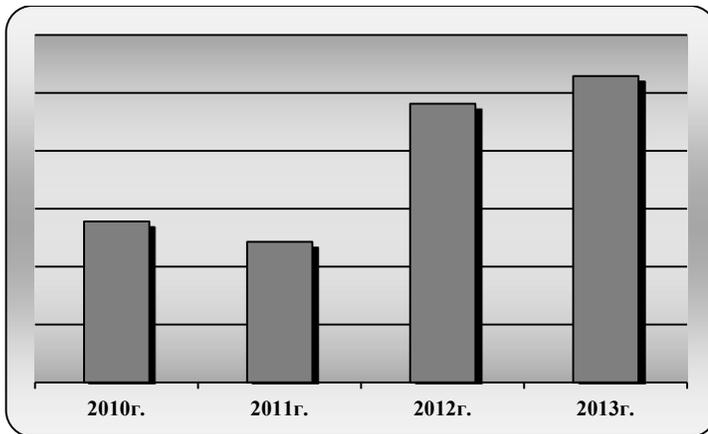
Параметры	2010г.	2011г.	2012г.	2013г.
Производство				
Импорт				
Экспорт				

Источник: ***, 2014г.



Итак, суммируя объемы производства рыбы и морепродуктов (***) тыс. тонн) и импорта (1014 тыс. тонн), за вычетом экспорта (***) тыс. тонн), получаем, что в 2013г. **объем рынка рыбы и морепродуктов** составил – ***** тыс. тонн**. По сравнению с 2012г. объем рынка увеличился на ***%.

Диаграмма 21. Объем рынка рыбы и морепродуктов в 2010-2013г.г., тыс. тонн



Источник: ***, 2014г.

Полученные данные весьма условны, поскольку при расчете объема рынка была использована информация из различных источников (Минэкономразвития РФ и «ФТС РФ»), которая может различаться по структуре товарных позиций.

Между тем, существует другая методика расчета объема российского рынка рыбы, с использованием данных по объему потребления рыбы на душу населения. Так, по данным «Минэкономразвития» в 2013г. на одного жителя РФ приходилось около *** кг рыбы. При общей численности населения РФ в *** млн. человек, получается, что потребление рыбы в 2013г. составило – ***** тыс. тонн**.

.....



4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА РЫБЫ И МОРЕПРОДУКТОВ

4.1. Параметры конкуренции

Основными параметрами конкуренции между производителями рыбы и морепродуктов являются:

- **Качество продукции**

.....

- **Широкий ассортимент продукции**

В качестве примера, приведем данные по ассортименту компании «Русское море»:

- 14 продуктовых линеек

-

- **Маркетинг**

- Изготовление продукции для всех сегментов рынка

-

- **Сервис**

- Наличие большой штат квалифицированных торговых представителей

-

4.2. Сегментация игроков рынка

Одной из особенностей российского рынка рыбы и морепродуктов является его закрытость, что затрудняет определение крупнейших его игроков. Согласно данным годовой и квартальной отчетности участников рынка, основными игроками рынка являются:

- «Русское море»

-

Рассмотрим представленные компании подробнее.

4.3. Описание профилей крупнейших игроков Рынка

Русское море

О компании

ЗАО «Русское море» является одной из крупнейших компаний по производству готовой рыбной продукции и морепродуктов. До 2013г. компания входила в состав группы «Русское



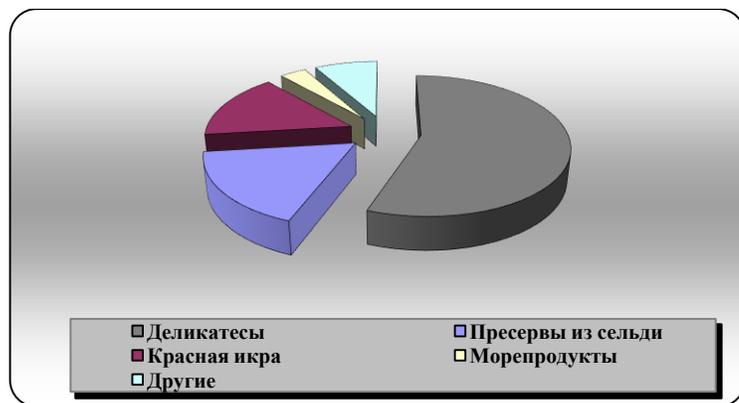
«Русское море», однако затем акционеры группы приняли решение о продаже 100% акции ЗАО «Русское море» компании ООО «Этреко-Сервис» и выходе из сегмента готовой продукции.

Ассортимент выпускаемой продукции

Компания выпускает следующие виды продукции:

- Семга
- Форель
- Морепродукты
- Сельдь
- Икра прочих рыб (минтай)
- Спреды
- Морская капуста

Диаграмма 22. Доля выпускаемой продукции в структуре выручки в 2012г., %



Источник: ***, 2013г.

.....

Диаграмма 23. Доля Группы «Русское море» в сегменте деликатесной красной рыбы в 2012г. % (в стоимостном выражении)



Источник: ***, 2013г.

По данным AC Nielsen, доля компании на рынке деликатесной красной рыбы составляет ***%.

Преимущества

- Наиболее известный в стране бренд в рыбной отрасли
-

Стратегическое развитие

В ближайшие годы компания будет развиваться по следующим направлениям:

1. Увеличение продаж в регионах и каналах традиционной розницы:
2.

Таблица 6. Сравнительная характеристика крупнейших игроков российского рынка рыбы и морепродуктов

Название компании	Дата основания	Ассортиментный портфель	Портфель брендов	География деятельности	Показатели	Преимущества	Планы по развитию
<i>Русское море</i>		•					
		•					
		•					
		•					
		•					

Источник: ***

5. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ РЫБЫ И МОРЕПРОДУКТОВ

5.1. Особенности сбытовой политики на Рынке

Основными каналами сбыта рыбы и морепродуктов являются дистрибьюторы и розница. На рынке существует значительное число компаний, занимающихся поставками рыбы. Оптовые предприятия в основном работают с розницей – магазинами различного уровня, от торговых сетей до магазинов «районного» типа. Розницу представляют супермаркеты, гипермаркеты, небольшие продовольственные магазины, рынки и другие торговые точки.

Схема 1. Цепочка движения товара на Рынке

.....

Источник: «Маркет Аналитика»

.....

5.2. Описание розничного сегмента

В условиях экономической нестабильности особенно важно понимать, какие каналы способны донести необходимые объёмы товара до потребителя и обеспечить максимально возможную прибыль. Поэтому основным вопросом для поставщика является выбор розничного канала реализации.

Рыба и морепродукты, реализуются через специализированные и неспециализированные (продуктовый ритейл) торговые точки, а также предприятия HoReCa

Продуктовая и специализированная розница

В зависимости от количества магазинов, работающих под одной маркой, на рынке можно выделить:

1. Несетевые форматы розничной торговли

.....



2. Сетевые форматы розничной торговли

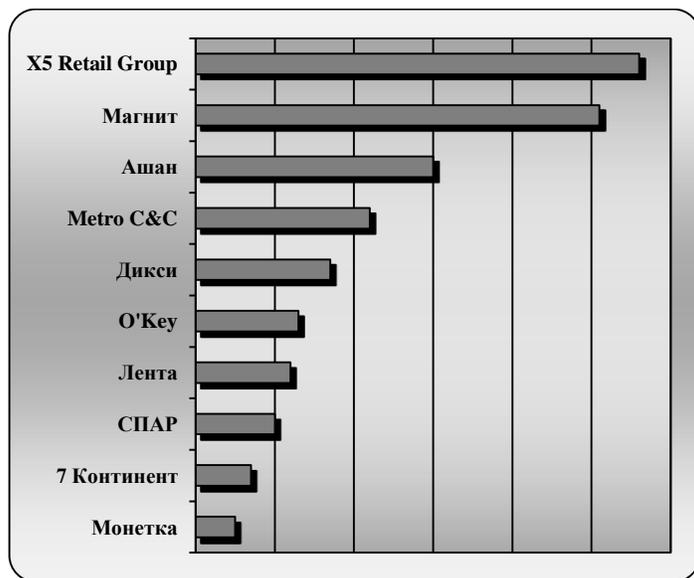
.....

Особенностями сетевого формата являются следующие:

- Работа магазинов под единой маркой
- Единый мерчендайзинг
-

По данным из открытых источников на долю десяти ведущих сетей российского рынка продуктовой розницы приходится ***% рынка (в денежном выражении), в то время как в Восточной Европе, три ведущих игрока занимают до ***%, а в Западной Европе около ***%. К числу крупнейших игроков российского рынка можно отнести: X5 Retail Group, «Магнит», «Ашан», Metro C&C, «Дикси» и др.

Диаграмма 24. ТОП-10 продуктовых сетей РФ в 2012г., % (в стоимостном выражении)



Источник: ***, 2013г.

.....



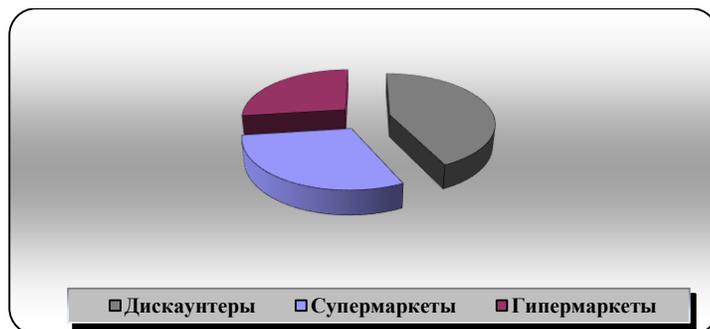
Таблица 7. Сегментация сетей розничной торговли продуктами питания по форматам

Тип	Определение	Площадь, м ²	Ассортимент, ассортиментных позиций	Местоположение	Типичный покупатель
Cash & Carry	Магазин, торгующий мелким и средним оптом для юридических и физических лиц				

Источник: ***

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

Диаграмма 25. Структура сетевой розницы, %



Источник:***

.....

Таблица 8. Сегментация сетей розничной торговли продуктами питания по территориальному охвату

Тип сети	Описание сети	Типичные представители

Источник: ***



Как правило, в области розничной торговли конкуренция идет по следующим параметрам:

- По цене продукции
- По разнообразию предоставляемой продукции
- По географическому охвату

Предприятия общественного питания

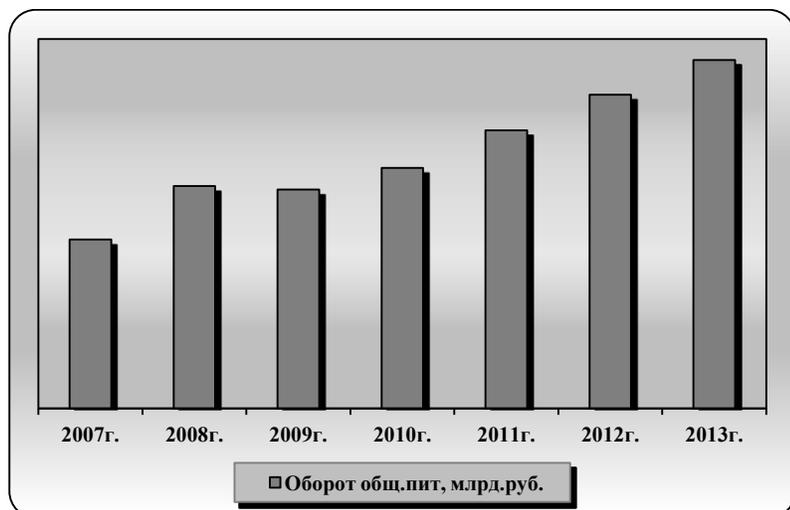
Основными видами предприятий общественного питания принято считать: ресторан, бар, кафе, столовая закусочная и другие. Также в понятие общественного питания входят заведения (бары, кафе, рестораны), расположенные в таких местах проведения досуга, как кинотеатры, специализированные развлекательные центры и другие.

Ценовая политика заведения зависит от нескольких факторов:

- тип заведения (ресторан, бар, фаст-фуд, кафе, столовая и так далее)
- уровень обслуживания
- место расположения

.....

Диаграмма 26. Динамика рынка общественного питания в 2007-2013г.г., млрд.руб.





.....

5.3. Ценообразование на рынке

Ценообразование на российском рынке рыбы и морепродуктов зависит от нескольких факторов:

- Стоимости сырья
- Транспортные расходы
- Известности торговой марки
- Вида и объема потребительской упаковки
- и др.

Одной из особенностей ценообразования на рынке рыбы и морепродуктов является его **зависимость от сырьевой составляющей** (объема вылова рыбы и морепродуктов, региона-поставщика). Удачный сезон сохраняет цены на стабильном уровне, а при дефиците же сырья цены могут значительно вырасти.

Следующими по значимости факторами, влияющими на стоимость рыбы, являются **расходы на логистику**. По словам коммерческого директора «Термос-Контейнер», Андрея Гречкина, транспортная составляющая в цене товара в течение года существенно колеблется, например, на свежемороженую рыбу от *** до *** руб./кг.

В «низкий сезон»

5.4. Нормативные документы, регулирующие деятельность на рынке

Основным документом, определяющим направления деятельности рыбохозяйственного комплекса Российской Федерации на ближайшие годы, является

Задачи стратегии:

- Восстановление и сохранение ресурсно-сырьевой базы рыболовства, развитие искусственного воспроизводства и аквакультуры.



-

В краткосрочной перспективе решить проблемы отрасли призвана:

5.5. Основные каналы продвижения на рынке

Согласно данным ***, стратегию продвижения рыбы и морепродуктов можно разделить на следующие этапы:

1. Информирование

.....

2. Полезность

.....

3. Статус

.....

Инструментами рекламы и стимулирования сбыта могут быть:

- Реклама, купоны, лотереи в печатных изданиях
-



6. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА

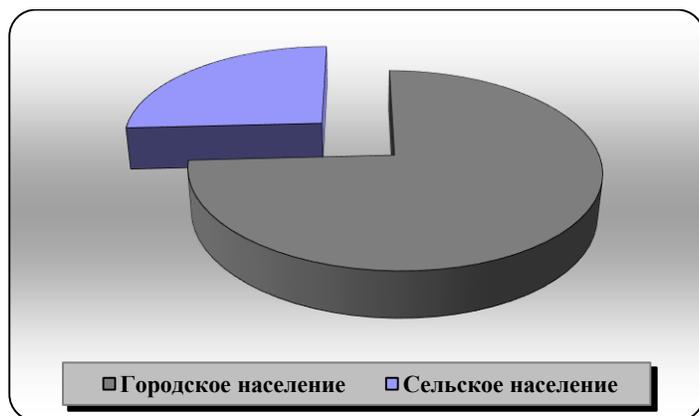
6.1. Описание потребителей на Рынке

Потребителей рынка бытовых услуг можно разделить на две большие группы: B2C рынок и B2B рынок.

B2C рынки:

B2C рынок представлен физическими лицами, которые являются основными потребителями рыбы и морепродуктов. По данным *** численность населения России по состоянию на 1 января 2014 года составила *** млн. человек, из которых *** млн. проживает в городе, а *** млн. в сельской местности.

Диаграмма 27. Структура населения России по территориальному признаку, на 1 января 2014г., %



Источник: ***, 2014г.

Расходы на рыбопродукцию среди городского и сельского населения значительно различаются, иногда в 2-3 раза. Основная причина такого положения – преимущественное потребление городским населением более дорогих рыбных продуктов деликатесного класса.

Таблица 9. Поставки товарной рыбы на рынки разного уровня, %

Рынки	%
Местный рынок	
Региональный рынок	
Крупные города с населением 1-3 млн. жителей	



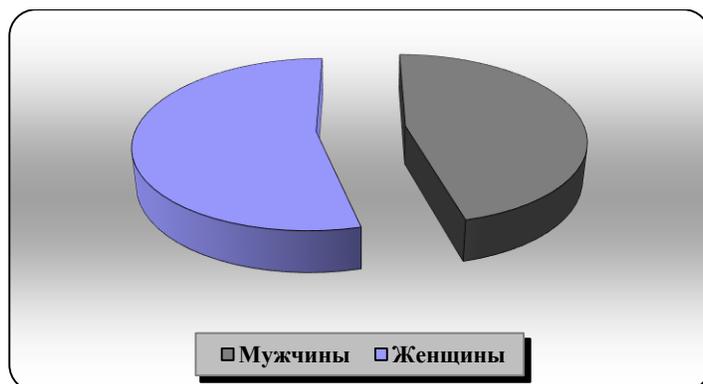
Мегаполисы

Источник: ***

В основном рыба поставляется на рынки крупных городов, с населением 1-3 млн. человек (***) и мегаполисов (**%).

Как известно покупки продовольственных товаров совершают в основном женщины, на долю которых приходится около **%.

Диаграмма 28. Структура населения по половому признаку, % от численности населения



Источник: ***, 2014г.

Сегментацию B2C потребителей также можно провести по уровню дохода:

- **Малоимущие.** Данная группа потребителей является наименее активной в потреблении рыбной продукции и морепродуктов, предпочитая дешевые виды рыбы и консервы.
- **Среднедоходная группа.** Данная группа населения ориентирована в основном на использование продукцию среднего ценового сегмента, иногда премиального.
- **Высокодоходная группа.** Данная группа потребителей предъявляет высокие требования к качеству рыбы и морепродуктов и приобретают дорогие сорта продукции.

Таблица 10. Структура населения по величине среднедушевых денежных доходов, %

Уровень доходов,	2012г.	2013г.
------------------	--------	--------



руб.	I квартал	I полугодие	9 месяцев	год	I квартал	I полугодие	9 месяцев	год
до 5000,0								
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: ***, 2014г.

.....

B2B рынки:

Сегмент юридических лиц также присутствует на Рынке, в качестве оптовых покупателей.

Классификацию юридических лиц можно провести по нескольким основаниям.

По типу собственности:

- Частные
- Государственные
- Смешанные

По размерам компании:

- Крупные
- Средние
- Мелкие

Можно предположить, что крупные и средние компании обращаются чаще, чем мелкие.

По отраслям:

- Гостиницы, дома отдыха, санатории
- Рестораны, кафе, бары
- Магазины, ТЦ и ТРЦ
- Бюджетные организации:
 - Больницы
 - Госпитали



- Детские сады
- Военные части

6.2. Объем потребления на Рынке

Согласно данным *** в III кв. 2013г. структура **потребительских расходов** населения на продукты питания имеет следующий вид.

Диаграмма 29. Структура потребительских расходов населения на продукты питания в 2012г.



Источник: ***, 2014г.

Основную часть продовольственной корзины россиян занимают мясопродукты, на долю которых приходится ***% покупок, также значительная часть средств уходит на покупку молочной продукции (***%), хлеба (***%) и др. Доля рыбы и рыбопродуктов, в структуре стоимости основных продуктов питания Российской Федерации, на протяжении нескольких лет находится в пределах ***%.

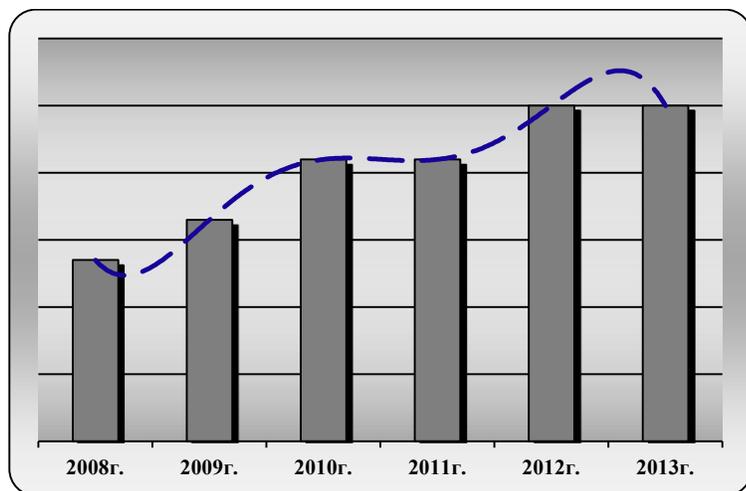
Что касается **объема потребления** рыбы в РФ, то в открытых источниках информации можно встретить различные оценки, причем данные имеют серьезные расхождения. По словам главы ****, причина расхождений кроется в методиках расчета. Всего их две:



1. Суммируется объем вылова и импорта рыбы, за вычетом экспортных поставок. Полученную сумму делили на общую численность населения. Данная методика имеет ряд недостатков:
 - Не учитывается спортивно-любительский улов
 - Не учитывается браконьерский улов
2. Вторая методика подразумевает репрезентативный опрос домохозяйств, в котором у женщин спрашивают: сколько раз в неделю они покупают различные продукты, что готовят. На основании данной выборки получают объем потребления рыбы на человека в год.

Как мы отмечали [ранее](#), по итогам 2013г. потребление рыбы и морепродуктов в РФ осталось на уровне 2012г. – около *** кг на душу населения.

Диаграмма 30. Объем потребления рыбы в РФ в 2008-2013г.г., кг/чел. в год



Источник: *** 2014г.

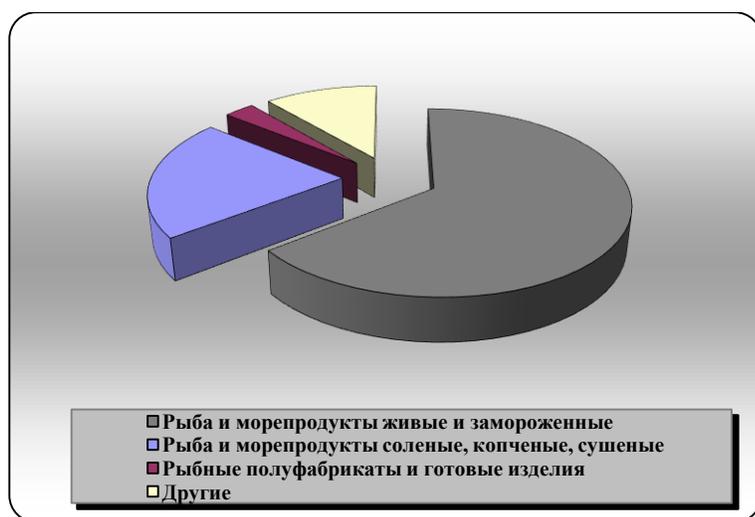
.....



6.3. Потребительские предпочтения на Рынке

По данным ***, в России наибольшим спросом пользуется живая и замороженная рыба и морепродукты – ***%. Далее с заметным отставанием следуют соленые, копченые и сушеные рыба и морепродукты (***%).

Диаграмма 31. Структура потребления рыбы и рыбопродуктов в РФ, %



Источник: ***

Уровень **доходов** напрямую влияет на потребительские предпочтения, относительно сортов рыбы и морепродуктов:

- **Низкий доход**
.....
- **Средний доход**
.....
- **Высокий доход**
.....

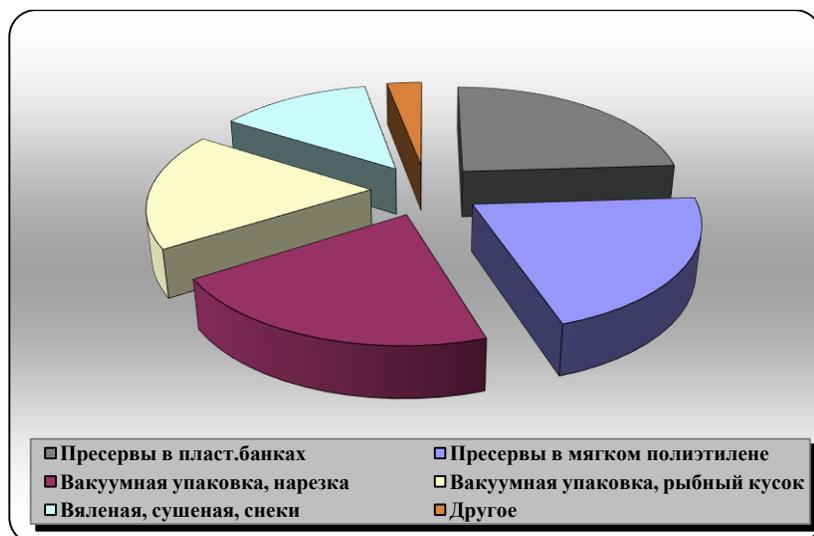
Основными **критериями выбора** фасованной продукции является:

- Вкус



- Качество
-

Диаграмма 32. Потребительские предпочтения видов упаковки рыбы и рыбных продуктов, %



Источник: ***, 2012г.

Что касается предпочтений видов упаковки рыбы и рыбных продуктов, то большинство потребителей выбирают пресервы в пластиковых банках и мягком полиэтилене, а также рыбные продукты в вакуумной упаковке.

.....



7. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

7.1. Основные тенденции Рынка

Отметим основные тенденции рынка рыбы и морепродуктов:

-
-

7.2. STEEPPL-анализ рынка

STEERPL-анализ - маркетинговый инструмент, предназначенный для выявления социальных (Social), технологических (Technological), экономических (Economic), экологических (Ecology), политических (Political) и правовых (legal) 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.

S	Социальные факторы
•	(-)
•	(+)
T	Технологические факторы
•	(-)
E	Экономические факторы
•	(+)
•	(-)
•	(+)
E	Факторы окружающей среды
•	(-)
P	Политические факторы
•	(-)
•	(-)
•	(-)
L	Правовые факторы



- (-)
- (+/-)

Источник: ***

Таким образом, влияние данных факторов в значительной степени определяет интенсивность развития рынка. При этом, как очевидно из таблицы, значительное количество факторов являются негативными.

Среди **проблем**, с которыми сталкиваются производители рыбы и морепродуктов, можно отметить:

- Трудности в получении кредитных ресурсов и привлечении инвестиций
-

7.3. Риски и барьеры при выходе на рынок

Рисками для компаний, существующих на рынке, могут стать:

- **Риск снижения потребительского спроса**
.....
- **Риск усиления конкуренции**
.....
.....

Для снижения рисков, компаниям необходимо предпринимать следующие **меры**:

- Гибкое управление ассортиментом
-

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

- Административные барьеры. Значительное количество проверок, которые не помогают, а мешают деятельности предприятия.
-



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