

2015

Маркетинговое исследование  
рынка продуктов питания



Питер-Консалт

Питер-Консалт

08.11.15

## Оглавление

<b>1.</b>	<b>Цель исследования рынка продуктов питания .....</b>	<b>2</b>
<b>2.</b>	<b>Продуктовая область исследования.....</b>	<b>2</b>
<b>3.</b>	<b>Территориальная область исследования.....</b>	<b>2</b>
<b>4.</b>	<b>Характеристика рынка продукта .....</b>	<b>2</b>
4.1.	<i>Конкуренты .....</i>	3
4.2.	<i>Характеристика потребителей .....</i>	3
4.3.	<i>Структура продаж .....</i>	4
4.4.	<i>Динамика цен .....</i>	4
4.5.	<i>Потенциал рынка .....</i>	4
<b>5.</b>	<b>Анализ факторов, влияющих на развитие рынка.....</b>	<b>4</b>
<b>6.</b>	<b>Прогноз средне- и долгосрочного развития рынка .....</b>	<b>4</b>

## 1. Цель исследования рынка продуктов питания

Цель: провести исследование рынка продуктов питания г. Салехард, выявить факторы, влияющие на его развитие, а также подготовить средне- и долгосрочный прогноз развития.

## 2. Продуктовая область исследования

Ассортимент товаров сети супермаркетов «XXX» насчитывает более \*\* \*\*\* наименований. Широко представлены выпечка, готовые блюда, сдоба, хлебобулочные и кондитерские изделия собственного производства, которые пользуются большим успехом у покупателей.

Иерархия товарных групп составлена на основе прайс-листа, предоставленного Заказчиком. Товарные позиции, представляющие продуктовую область исследования, определены в соответствии с Общероссийским классификатором продукции (принят и введен в действие Постановлением Госстандарта России от \*\* декабря \*\*\*\* года N \*\*\* (ред. от \*\*, \*\*, \*\*\*\*) с \* июля \*\*\*\* года на территории Российской Федерации) :

- \*\*\*,
- \*\*\*,
- \*\*\*,
- \*\*\*,
- \*\*\*,
- \*\*\*,

## 3. Территориальная область исследования

Территориальная область исследования – город Салехард, Ямало-Ненецкий автономный округ.

## 4. Характеристика рынка продукта

В течение \*\*\*\*-\*\*\*\* гг. общий объем всех продовольственных товаров, реализованных в границах города Салехард, в денежном выражении характеризуется положительной динамикой, достигнув в \*\*\*\* году максимального значения – \* \*\*\* тыс. руб. (см. Рисунок \*).

.....

*Рисунок 1. Общий объем всех продовольственных товаров, реализованных в границах города Салехард, в денежном выражении*

.....

*Рисунок \*. Динамика реализации по годам*

На начало \*\*\*\* года общее количество объектов розничной торговли, реализующих продовольственные товары, составляет \*\*\* шт., а общая торговая площадь – \*\* \*\*\* кв.м. (см. Рисунок \*).

.....

*Рисунок \*. Количество и общая торговая площадь объектов розничной торговли, реализующих продовольственные товары, на начало \*\*\*\* г.*

Также на сегодняшний день продолжает работать универсальный розничный рынок. Рыночная площадь составляет \*\*\*\* кв.м., количество торговых мест – \*\*.

#### **4.1. Конкуренты**

.....

#### **4.2. Характеристика потребителей**

Потребителями продовольственных товаров являются все жители города Салехард. В связи с этим далее будут представлены основные социально-экономические характеристики населения.

Начиная с \*\*\*\* г., наблюдается увеличение численности населения г. Салехард, однако темпы роста стали замедляться в \*\*\*\* г. (см. Рисунок \*). На \*\*.\*\*.\*\*\*\* численность достигает максимального значения за последние \* лет и составляет \*\* \*\* чел. Данный факт оказывает положительное влияние на рынок продовольственных товаров.

.....

*Рисунок \*. Численность населения г. Салехард, \*\*\*\*-\*\*\*\* гг.*

Соотношение мужчин и женщин в г. Салехард остается примерно на одном уровне в течение последних \* лет: \*\*% мужчины и \*\*% женщины (см. Рисунок \*). И этот факт является значимым в связи с тем, что окончательное решение о покупке обычно принимает женщина.

.....

*Рисунок \*. Соотношение населения г. Салехард в зависимости от пола, \*\*\*\*-\*\*\*\* гг.*

В течение \*\*\*\*-\*\*\*\* гг. наибольшую долю в общей численности населения занимает категория «\*-\*\* лет», далее идут с чуть меньшей долей «\*\*-\*\* лет», «\*\*-\*\* года», «\*\*-\*\* года». Совсем незначительную долю составляют категории «\*\*-\*\* года» и «\*\* и старше» (см. Рисунок \*). Данный фактор необходимо учитывать при выборе целевой группы в рамках проведения различных акций и мероприятий.

.....

*Рисунок \*. Соотношение населения г. Салехард в зависимости от возраста, \*\*\*\*-\*\*\*\* гг.*

Необходимо также учитывать национальные и культурные традиции и привычки населения для разработки релевантной ассортиментной матрицы. Так, по итогам переписи населения (\*\*\*\* г.) наибольшую долю занимают русские (\*\*%), далее идут татары (\*%), украинцы (\*%). Остальные национальности занимают долю менее \*% (см. Рисунок \*).

.....

*Рисунок \*. Национальный состав населения г. Салехард по итогам переписи в \*\*\*\* г.*

Среднемесячная начисленная заработная плата одного работника на предприятиях и в организациях г. Салехард с \*\*\*\* по \*\*\*\* год выросла на \*\*%. Однако по сравнению с \*\*\*\* годом снизилась на \*,\*% и на \* июля \*\*\*\* г. составила \*\* \*\*\* руб. (см. Рисунок \*). Данный факт может указывать на снижение покупательской способности населения города.

....

*Рисунок \*. Средняя заработная плата работников предприятий и организаций г. Салехард, \*\*\*\*\_\*\*\*\* гг.*

В I полугодии \*\*\*\* года на предприятиях и организациях города (без учета малых предприятий и индивидуальных предпринимателей) было занято \*\* \*\*\* человек, что составило \*\*% от всей численности населения. Наибольший фонд заработной платы относится к сфере государственного управления и обеспечения военной безопасности, социального страхования (см. Рисунок \*). Здесь самая большая численность среди других видов экономической деятельности и одна из самых высоких зарплат. Данный факт необходимо учитывать при оценке спроса населения на продукты.

.....

*Рисунок \*. Фонд заработной платы по видам экономической деятельности, \* полугодие \*\*\*\* г.*

\* по оси X – численность работников, по оси Y – средняя заработная плата, площадь круга – фонд заработной платы.

### **4.3. Структура продаж**

.....

### **4.4. Динамика цен**

.....

### **4.5. Потенциал рынка**

.....

## **5. Анализ факторов, влияющих на развитие рынка**

.....

## **6. Прогноз средне- и долгосрочного развития рынка**

.....