

Маркетинговое исследование. Рынок фасованных круп и хлопьев Московского региона.

<https://marketpublishers.ru/r/MC1BCBC5F3DRU.html>

Дата: 21.09.2009

Страниц: 72

Цена: 34 500 руб. (Лицензия на одного пользователя)

Артикул: MC1BCBC5F3DRU

Описание

В июле 2009 года компания IndexBox провела исследование московского и подмосковного рынка фасованных круп и хлопьев.

Цель исследования – описать ситуацию на рынке в период экономического кризиса, представить данные по его динамике, объему и перспективам дальнейшего развития. Провести анализ потребительских предпочтений, касающихся типов и марок крупы и хлопьев, а также модели выбора и приобретения фасованной крупы и хлопьев. Оценить изменения, произошедшие в структуре потребления продукции.

Крупы входят в перечень продуктов питания первой необходимости, доступных практически всем слоям населения. Крупы представляют собой продукты, полученные в результате переработки ряда зерновых культур. Так, основным сырьем для производства гречневой крупы является гречиха, манной крупы – высшие сорта пшеницы, пшенной крупы – просо, овсяной крупы – овес.

Помимо круп и крупяных культур на рынке России и Московского региона представлены различные виды продуктов с высокой добавленной стоимостью (это продукты на основе крупы, предварительно прошедшие все или несколько из производственных операций, улучшающих их потребительские свойства): хлопья, каши быстрого и моментального приготовления, пакетированные гарниры и другие.

Объектом данного исследования стал рынок Московского региона (г.Москва, Московская область) фасованной крупы и хлопьев, включающий в себя следующие направления:

1. Фасованная крупа (брендируемые и небрендируемые);
2. Пакетированная крупа с добавками, пакетированные гарниры (на российском рынке

представлена преимущественно брендируемая продукция);

3. Фасованные хлопья (брендируемые и небрендируемые);
4. Каши на основе хлопьев (на российском рынке представлена преимущественно брендируемая продукция).

Направление развесной крупы также будет отражено – фрагментарно, в вопросах сравнения объемов рыночных сегментов.

Отчет о маркетинговом исследовании содержит

1. АНАЛИЗ РЫНКА КРУП МОСКВЫ И МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ:

- 1.1. Влияние экономического кризиса на рынок;
- 1.2. Прогноз развития ситуации на 2009-2012 гг.;
- 1.3. Объемы и динамика продаж по видам продукции;
- 1.4. Соотношение объемов продаж крупы и хлопьев;
- 1.5. Объемы продаж по розничным каналам сбыта;

2. АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПОСТОЯННЫХ ПОКУПАТЕЛЕЙ КРУП:

- 2.1. Характеристики товара, оказывающие существенное влияние на выбор потребителей при покупке;
- 2.2. Потребительские предпочтения и их динамика:
- 2.3. по стоимости продукции;
- 2.4. по материалам упаковки продукции;
- 2.5. по весу и размеру упаковки;
- 2.6. по внешнему виду упаковки;
- 2.7. по маркам и производителям продукции.

Методология

Анализ вторичной информации о рынке.

Опрос конечных потребителей продукции в непосредственной близости от места продаж продуктов питания, в том числе крупы (250 результативных интервью, 125 в Москве, 125 человек в города Подмосковья). Целевая аудитория: женщины 25-55 лет, покупающие крупы не реже 1 раза в месяц, доход от 12 000 рублей на человека в семье.

Опрос экспертов рынка - компетентных представителей компаний-производителей и поставщиков круп, а также продуктовых сетевых ритейлеров.

Отчет позволит Вам

Выявить основные показатели рынка, построить прогнозы развития собственного бизнеса на основе представленной конъюнктуры рынка

Оценить потенциал роста и угрозы на рынке

Принять обоснованные управленческие решения в отношении собственного предложения, которое в наибольшей степени будет соответствовать ожиданиям и потребностям целевой аудитории покупателей.

Содержание

1. О КОМПАНИИ INDEXBOX

2. ВВЕДЕНИЕ. ОБ ОБЪЕКТЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

3. РЕТРОСПЕКТИВНЫЙ АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ РЫНКА КРУП В МОСКОВСКОМ РЕГИОНЕ В 2005 – 2008 ГГ.

4. ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ РЫНКА В 2009-2012 ГГ.

5. СТРУКТУРА РОЗНИЧНЫХ ПРОДАЖ КРУПЫ И ХЛОПЬЕВ В МОСКОВСКОМ РЕГИОНЕ ПО ОСНОВНЫМ КАНАЛАМ

6. ОЦЕНКА ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ КРУП И ХЛОПЬЕВ

7. ОБЩИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ, КАСАЮЩИЕСЯ ФАСОВАННЫХ КРУП И КРУП В ПАКЕТИКАХ ДЛЯ ВАРКИ

7.1. Потребительская лояльность крупам, предпочитаемые крупы

7.2. Характеристики продукции, оказывающие существенное влияние на выбор потребителей при покупке

7.3. Предпочтения покупателей, связанные с видами упаковки круп

7.4. Модель покупки: объемы, интенсивность и места приобретения круп

8. ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПО ОТДЕЛЬНЫМ ВИДАМ КРУП

8.1. Гречка

8.2. Рис

8.3. Горох, фасоль и чечевица

8.4. Другие виды круп: пшено, овсяная, кукурузная, перловая, ячменная, манная крупы

9. ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ, КАСАЮЩИЕСЯ КРУП С ДОБАВКАМИ И ГОТОВЫХ ГАРНИРОВ

10. ПОКУПАТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ В ОТНОШЕНИИ ХЛОПЬЕВ И ГОТОВЫХ КАШ

Список Таблиц

СПИСОК ТАБЛИЦ

- Таблица 1. Динамика роста рынка фасованной крупы в Московском регионе
- Таблица 2. Динамика роста рынка фасованных хлопьев и каш в Московском регионе
- Таблица 3. Прогноз динамики развития рынка фасованной крупы в перспективе до 2012 г.
- Таблица 4. Прогноз динамики развития рынка фасованных хлопьев в перспективе до 2012 г.
- Таблица 5. Структура розничного сегмента продаж фасованной крупы и хлопьев (исключая продажи сегменту HoReCa, осуществляющиеся напрямую) в 2008 и январе-апреле 2009 года
- Таблица 6. Структура продаж фасованной крупы по основным розничным каналам в 2008 году
- Таблица 7. Структура продаж фасованных хлопьев по основным розничным каналам в 2008 году
- Таблица 8. Сводные данные по структуре продаж фасованных круп и фасованных хлопьев по основным розничным каналам в 2008 году
- Таблица 9. Рейтинг популярности видов круп в зависимости от возраста покупателей
- Таблица 10. Характеристики продукции, оказывающие существенное влияние на выбор потребителей при покупке
- Таблица 11. Актуальные пожелания потребителей к упаковке крупы
- Таблица 12. Интенсивность приобретения одного вида крупы
- Таблица 13. Доминирующие факторы выбора гречневой крупы
- Таблица 14. Структура востребованности известных сортов риса в зависимости от возрастной категории потребителей
- Таблица 15. Доминирующие факторы выбора риса
- Таблица 16. Доминирующие факторы выбора бобовых
- Таблица 17. Структура потребительских предпочтений по видам круп
- Таблица 18. Доминирующие факторы выбора круп
- Таблица 19. Средняя стоимость по отдельным видам круп

Список Иллюстраций

СПИСОК ИЛЛЮСТРАЦИЙ

Рисунок 1. Соотношение сегментов фасованной и развесной крупы на российском рынке

Рисунок 2. Соотношение сегмента фасованной крупы к сегменту фасованных хлопьев и готовых каш в Московском регионе в 2008 году

Рисунок 3. Сводная динамика развития сегментов фасованной крупы и хлопьев в 2005-2008 гг. в Московском регионе

Рисунок 4. Структура рынка по направлениям реализации фасованной крупы и хлопьев в 2008 г.

Рисунок 5. Доли розничных каналов продаж в совокупной структуре продаж фасованных круп и хлопьев в натуральном выражении

Рисунок 6. Активность приобретения круп в упаковке в зависимости от возраста

Рисунок 7. Структура предпочтений ядра целевой аудитории – покупателей-женщин в возрасте 25-55 лет

Рисунок 8. Структура потребительских предпочтений по материалам упаковки крупы

Рисунок 9. Отношение потребителей к наличию «липучки» на упаковке

Рисунок 10. Активность приобретения потребителями круп в различных упаковках

Рисунок 11. Число видов крупы, приобретаемой за одну покупку

Рисунок 12. Структура популярности основных мест приобретения круп

Рисунок 13. Структура популярности по видам гречневой крупы

Рисунок 14. Предпочтения по видам гречневой крупы в зависимости от возраста покупателей

Рисунок 15. Средняя стоимость одного килограмма приобретаемой гречки в зависимости от возраста

Рисунок 16. Структура предпочтений покупателей по маркам гречки в пачках

Рисунок 17. Структура предпочтений покупателей по маркам гречки в пакетиках для варки

Рисунок 18. Средняя стоимость одного килограмма приобретаемого риса в зависимости от возраста

Рисунок 19. Структура предпочтений покупателей по маркам риса в пачках

Рисунок 20. Структура предпочтений покупателей по маркам риса в пакетиках для варки

Рисунок 21. Структура популярности «бобовых» круп в зависимости от возрастной категории потребителей

Рисунок 22. Средние показатели стоимости, которую потребители платят за 0,5 кг. бобовых

Рисунок 23. Структура потребительских предпочтений по маркам «бобовых»

Рисунок 24. Средние показатели стоимости, которую потребители платят за 1 кг. крупы

Рисунок 25. Структура потребительских предпочтений по маркам крупы

Рисунок 26. Активность приобретения круп с добавками и готовых гарниров в зависимости

от возраста

Рисунок 27. Потребительские предпочтения по видам круп с добавками и готовым гарнирам

Рисунок 28. Структура характеристик, оказывающих значимое влияние на выбор марки продукции

Рисунок 29. Предпочтения покупателей по весу упаковки крупы с добавками и готовых гарниров

Рисунок 30. Частота приобретения круп с добавками и готовых гарниров

Рисунок 31. Потребительские предпочтения по маркам крупы с добавками и готовых гарниров

Рисунок 32. Активность приобретения хлопьев и готовых каш в зависимости от возраста

Рисунок 33. Активность приобретения хлопьев в сравнении с готовыми кашами

Рисунок 34. Структура потребительских предпочтений по видам хлопьев

Рисунок 35. Структура потребительских предпочтений по видам готовых каш

Рисунок 36. Характеристики хлопьев и каш, оказывающие существенное влияние на выбор потребителя

Рисунок 37. Предпочтения покупателей по видам упаковки хлопьев

Рисунок 38. Отношение покупателей к наличию «липучки» на упаковке с хлопьями

Рисунок 39. Предпочтения покупателей по весу упаковки хлопьев

Рисунок 40. Средняя стоимость, за которую приобретается упаковка хлопьев (весом 0,5 кг)

Рисунок 41. Потребительские предпочтения по маркам хлопьев

Оформление заказа

Название: Маркетинговое исследование. Рынок фасованных круп и хлопьев Московского региона.

Ссылка: <https://marketpublishers.ru/r/MC1BCBC5F3DRU.html>

Цена: 34 500 руб.

Если вы хотите заказать расширенную лицензию или печатную версию, пожалуйста, свяжитесь с нашей службой поддержки клиентов:

info@marketpublishers.ru

Оплата

Для оплаты кредитной картой (Visa, MasterCard, МИР), пожалуйста, нажмите кнопку "Купить сейчас" на странице отчета:

<https://marketpublishers.ru/r/MC1BCBC5F3DRU.html>