

Маркетинговое исследование. Рынок фасованных круп и хлопьев Московского региона.

Маркетинговое исследование. Рынок фасованных круп и хлопьев Московского региона.

Дата:	Сентябрь, 2009
Страниц:	72
Цена:	34 500 руб.
Артикул:	MC1BCBC5F3DRU

В июле 2009 года компания IndexVox 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, пшеничной 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

- 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. Совокупные 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

- 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:	http://marketpublishers.ru/r/MC1BCBC5F3DRU.html
Артикул:	MC1BCBC5F3DRU
Цена:	34 500 руб. (Single User License / Electronic Delivery)

В случае приобретения Corporate License или печатной версии, пожалуйста, обратитесь в службу поддержки покупателей по электронному адресу office@marketpublishers.ru

Оплата

Для оплаты по кредитной карте (Visa, MasterCard, American Express, PayPal) используйте кнопку "BUY NOW" на странице <http://marketpublishers.ru/r/MC1BCBC5F3DRU.html>

Для осуществления денежного перевода (Wire Transfer), пожалуйста, внесите Ваши контактные данные в форму:

Имя:
Фамилия:
E-mail:
Компания:
Адрес:
Город:
Индекс:
Страна:
Телефон:
Факс:
Комментарии:

* Все поля обязательны к заполнению

ПОДПИСЬ _____

При оформлении заказа на сайте MarketPublishers.ru, Вы соглашаетесь с условиями публичного договора оферты, размещенного на http://marketpublishers.ru/docs/terms_conditions.html

Для размещения заказа по факсу, пожалуйста, распечатайте форму, внесите необходимые данные и отправьте по факсу **+44 20 7900 3970**