

2015

Маркетинговое исследование рынка продуктов питания



Питер-Консалт

Питер-Консалт

08.11.15

Оглавление

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

На нашем сайте размещены несколько [примеров разработанных нами маркетинговых планов, отзывы наших заказчиков, презентация нашего семинара по теме маркетингового планирования, а также процедура заказа разработки плана маркетинга.](#) Узнайте о возможностях [оптимизации расходов](#) на эту услугу в разделе ["Стоимость разработки маркетингового плана"](#).

✎ Если вы заинтересованы в выполнении такой работы для вашей компании, [заполните эту форму и мы подготовим коммерческое предложение](#) с учётом специфики вашей задачи.

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

.....