



Маркет
Аналитика

ДЕМО-ВЕРСИЯ

**РОССИЙСКИЙ РЫНОК МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ.
МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ
И АНАЛИЗ РОССИИ.**

Москва, августа 2009



СОДЕРЖАНИЕ

СОДЕРЖАНИЕ

I. ВВЕДЕНИЕ

II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ

1. Общая характеристика Рынка

1.1. Понятие молочной продукции

1.2. Показатели социально-экономического развития

1.3. Российская пищевая промышленность

1.4. Состояние сырьевых рынков

1.5. Резюме по разделу

2. Структура рынка молочной продукции

2.1. Сегментация Рынка по основным видам продукции

2.2. Сегментация Рынка по видам упаковки

2.3. Сезонность на Рынке

2.4. Система ценообразования на Рынке

2.5. Резюме по разделу

3. Основные количественные характеристики Рынка

3.1. Объем производства и импорта

3.2. Объем и ёмкость Рынка

3.3. Темпы роста Рынка

3.4. Резюме по разделу

4. Конкурентный анализ рынка молока и молочной продукции

4.1. Конкуренция на Рынке

4.2. Описание профилей крупнейших игроков Рынка

4.3. Резюме по разделу

5. Каналы продаж на рынке молочной продукции

5.1. Особенности сбытовой политики на Рынке

5.2. Описание розничного сегмента

5.3. Резюме по разделу



6. Продвижение на Рынке

7. Анализ конечных потребителей рынка молока и молочной продукции

7.1. Описание потребительского сегмента

7.2. Объем потребления на Рынке

7.3. Потребительские предпочтения на Рынке

7.4. Резюме по разделу

8. Выводы и рекомендации по исследованию

8.1. Основные тенденции рынка молока и молочной продукции

8.2. PEST-анализ Рынка

8.3. Риски и барьеры Рынка

IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ



ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

Основным сырьевым рынком при производстве молочных продуктов является коровье молоко. поголовье коров сокращается уже на протяжении многих лет. В 2008 году поголовье коров в России составило 9,1 млн. голов, темпы роста составили -2,5%, сократившись по сравнению с 2007 годом на 1,9 процентных пункта. Несмотря на снижение поголовья коров в России, рост производства молока продолжается с 2004 года. В 2008 году производство молока в хозяйствах всех категорий составило 32,5 млн. тонн, что на 354 тыс. тонн, или на 1,1% больше уровня 2007 года. Прирост обеспечен за счет устойчивого роста молочной продуктивности коров. В рамках Госпрограммы поставлена задача увеличить производство молока к 2012 году почти на 18% и довести его объемы до 37 млн. тонн.

Сегментация Рынка по основным видам продукции

Продукцию, представленную на Рынке, можно классифицировать по виду животного. Во всем мире люди используют молоко самых различных животных:

- Коровье молоко;
- Козье молоко;
- Кобылье молоко;
- Овечье молоко;
- Верблюжье молоко;
- Оленье молоко;
- Буйволиное молоко;
- Ослиное молоко.

В России наиболее распространенным молоком, как для употребления, так и в качестве сырья для производства молочных продуктов является коровье молоко. Хотя в продаже также присутствуют и такие виды молока, как козье, овечье и кобылье молоко и продукты из него. Однако данные сегменты являются довольно узкими, поскольку надой у таких



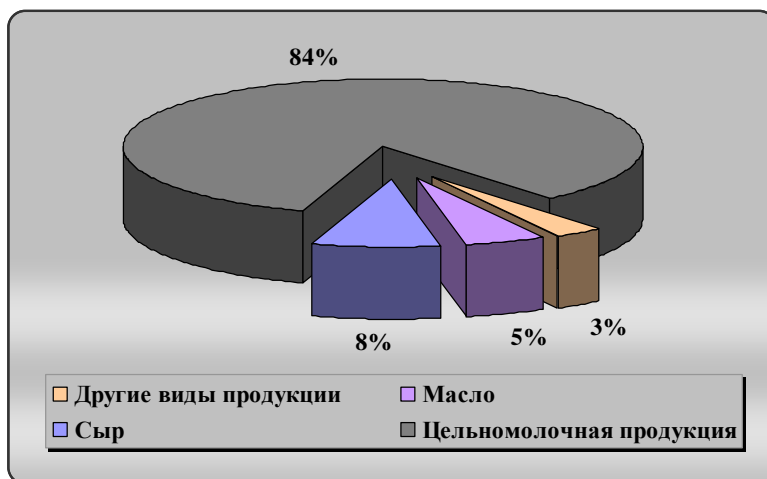
животных невелик, и организовать даже небольшое производство могут позволить себе небольшие хозяйство с укоренившимися традициями.

Наибольшие доли в структуре Рынка в натуральном выражении принадлежат следующим продуктам:

- Цельномолочная продукция;
- Сыр;
- Масло.

Доля этих сегментов в общей сложности составляет 97%, а доля в 84% принадлежит сегменту цельномолочной продукции.

Диаграмма. Структура Рынка в натуральном выражении, в % от объема Рынка



Источник: исследование агентства ТОП-ЭКСПЕРТ, 2008

В структуре сегмента цельномолочной продукции наиболее значимым подсегментом является стерилизованное и пастеризованное молоко.

Преимущества и недостатки различных видов упаковки

Современная, картонная упаковка, как правило, имеет дополнительный фольгированный слой, который нейтрализует воздействие кислорода, УФ - излучения и ядовитых химических загрязнителей окружающей среды на пищевой продукт. Использование антисептического розлива в такую тару увеличивает срок хранения молочных продуктов



до девяти месяцев, что позволяет производителям расширить географию реализации. Такая тара удобна в использовании, экологически чиста, прочна и надежна в транспортировке, позволяет более эффективно использовать складские помещения и оптимизировать логистику сбыта. Заботясь об удобстве покупателя, производители часто снабжают картонные пакеты крышечкой или клапаном, что позволяет быстро открыть их, не пользуясь при этом ножом. Технологические особенности производства картонной упаковки позволяют сделать ее узнаваемой, разработать уникальный дизайн.

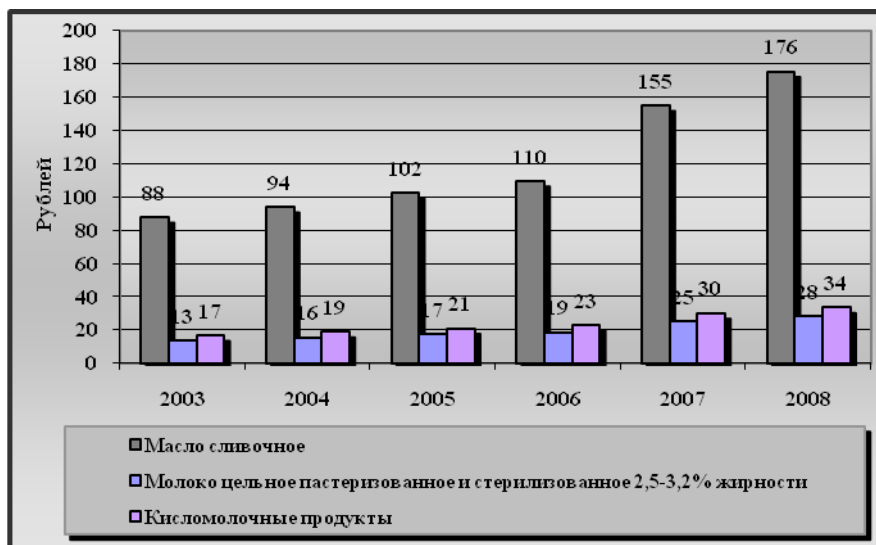
В последние годы некоторые заводы, особенно на юге России, стали разливать молоко в треугольные упаковки. Это вызывает у покупателей, особенно старшего поколения, ностальгию по советским временам и способствует увеличению продаж. Однако, несмотря на популярность картонной упаковки, ее доля постепенно сокращается, уступая, в частности, ПЭТ - упаковке. ПЭТ-упаковка используется, как правило, при производстве сметаны, йогуртов, сыра и других продуктов. Она экологична, легка, пластична и выдерживает значительные деформации, что делает ее удобной в транспортировке и использовании. Немаловажна и эстетическая составляющая: такая тара предоставляет множество вариаций в форме и цвете, что позволяет сделать продукт узнаваемым. Самым большим недостатком ПЭТ-упаковок является отсутствие возможности вторичного использования и порождаемая этим обстоятельством проблем и утилизации.

Система ценообразования на Рынке

В связи с влиянием фактора сезонности на Рынок закупочные цены также снижаются в летние месяцы и повышаются в зимние. Однако розничные цены летом не снижаются, а ежегодный рост цен на молоко и молочные продукты приходится на зимние месяцы.



Диаграмма. Динамика розничных цен на некоторые виды молочной продукции



Источник: Федеральная Служба Государственной Статистики

В 2008 году рост потребительских цен на молоко и молочную продукцию был менее значительным, чем в 2007 году. Так в 2007 году цены на основные молочные продукты выросли на 30%-40%, а в 2008 – на 10%-15%. По прогнозам Молочного союза России, розничные цены на молочную продукцию в России до октября 2009 года могут повыситься не более чем на 5-7%.

Основные количественные характеристики Рынка

Объём производства и импорта

Значительная доля российского молока – 40% - предназначена для переработки и производства молочной продукции.

Объём российского производства молочной продукции в 2008 году составил около ... млн. тонн. Рассмотрим объёмы российского производства основных, согласно структуре потребления, видов молочной продукции.

Производство цельномолочной продукции (в пересчете на молоко) за 2008 год составило ... млн. тонн, снизившись на 4,5% по сравнению с 2007 годом.

Долгое время молочное животноводство стояло на последнем месте по степени привлекательности среди всех отраслей российского агропромышленного комплекса.



Намного выгоднее было вкладываться в птицеводство, там проекты окупаются за 2 - 3 года, в свиноводство, где инвестиции возвращаются в течение 4 - 5 лет. А молочное животноводство может окупаться более 10 лет.

По итогам 2008 года импорт молочной продукции превысил ... миллионов тонн. Таким образом, в целом самообеспеченность внутреннего рынка молочной продукции составляет ... %, что является неплохим показателем по сравнению с некоторыми другими продовольственными рынками.

Как уже отмечалось выше обеспеченность России такими продуктами, как жирные сыры и сливочное масло происходит за счет импорта. Так, объем импорта сливочного масла в Россию в 2008 году составил ... тыс. тонн (рост 13,5%), что составляет почти половину от российского производства сливочного масла.

Объем и ёмкость Рынка

По итогам 2008 года объем российского рынка молока и молочной продукции (без учета твердых сыров) в денежном выражении составил ... млрд. рублей. Таким образом, на долю молочного рынка сегодня приходится порядка ... % от общего объема продаж продуктов питания и напитков в денежном выражении.

В 2008 году объем рынка цельномолочной продукции составил ... млрд. рублей, увеличившись по сравнению с 2007 годом на ... млрд. рублей. В структуре сегмента цельномолочной продукции наибольшую долю занимает Центральный федеральный округ – ... %. В натуральном выражении объем рынка цельномолочной продукции в 2008 году составил около ... млрд. литров.

Как уже отмечалось выше основную долю в потреблении цельномолочной продукции занимает стерилизованное и пастеризованное молоко. Объем рынка молока в 2008 году составил ... млрд. литров, за год рынок сократился на ... %.

Ёмкость сегмента молока в натуральном выражении составляет около 55-60 млрд. литров.

В 2008 году объем сегмента животного масла составил ... млрд. рублей, увеличившись по сравнению с 2007 годом на ... млрд. рублей. В рост этого сегмента был самым



значительным за последние 6 лет. В структуре сегмента сливочного масла наибольшую долю занимает Центральный федеральный округ, однако его доля ниже, чем в сегменте цельномолочной продукции – ... %.

В 2008 году объем российского рынка жирных сыров (включая брынзу) составил ... млрд. рублей, увеличившись по сравнению с 2007 годом на ... млрд. рублей. Рост рынка наблюдается только последние 2 года.

Темпы роста Рынка

В настоящий момент исследуемый Рынок является не самым быстрорастущим продуктовым сегментом. В большей степени темпы роста всего молочного рынка замедлились за счет снижения продаж в таких категориях, как глазированные сырки, маргарин и вязкие йогурты. Такие «традиционные» сегменты, как молоко и сливки в 2008 году сохраняли темпы роста. Лидерами роста в стоимостном выражении по итогам 2008 года стали такие сегменты, как: питьевой йогурт, жидкие молочные десерты, творог, а также творожные/молочные десерты.

Темпы роста цельномолочной продукции в 2008 году составили ... %, что на ... процентных пункта выше, чем в 2007 году.

Сегмент сливочного масла вырос значительно за счет роста цен на данный вид продукции. Темпы роста в 2008 году составили ... %, что на ... процентных пунктов больше, чем в 2007 году.

Темпы роста сегмента жирных сыров в прошедшем году также составили около ... % в стоимостном выражении, однако увеличились по сравнению с предыдущим годом не так значительно – на ... процентных пунктов.



Темпы роста основных сегментов рынка в натуральном выражении можно приравнять к темпам роста в стоимостном выражении, поскольку рост цен на основные молочные продукты в 2008 году был сравним с инфляцией.

Следует отметить, что сегмент традиционных продуктов в денежном выражении изменяется в соответствии с изменением доходов населения. У этого сегмента есть перспективы роста и в натуральном выражении, так как потребление молочных продуктов этого сегмента оценивается как недостаточное в связи с низкой покупательной способностью населения. Сегмент новых молочных продуктов будет активно расти в стоимостном и натуральном выражении при росте доходов населения. Продукты этого сегмента в настоящее время относительно дорогие, что обуславливает низкие по сравнению со странами Европы объемы их потребления. Этот сегмент рынка более привлекателен для крупных компаний, так как они имеют возможность покупать современное дорогое оборудование и обеспечивать более высокую рентабельность производства.

Таблица. Основные количественные характеристики Рынка в 2008 году

Сегмент	Объем производства, тыс. тонн	Объем импорта в Россию, тыс. тонн	Объем импорта в Россию, млн. долл.	Объем рынка, млрд. рублей	Темпы роста рынка в денежном выражении, в %
Цельномолочная продукция					
Сыры жирные					
Масло животное					
Молочная продукция (всего)					

Источник: «Маркет Аналитика»

Рынок молочной продукции далек от насыщения. Однако в условиях снижающейся покупательской способности населения наибольшие перспективы для роста имеет рынок традиционных продуктов. А вот сегмент новых молочных продуктов будет расти с возрастанием покупательской способности населения.



Конкурентный анализ рынка молока и молочной продукции

Конкуренция на Рынке

В России работают около ... тыс. производителей молочной продукции. Среди основных можно выделить: «Вимм-Билль-Данн», «Юнимилк», «Данон», «Эрман», «Молочный комбинат Воронежский» («Молвест»). В целом, ...% Рынка в стоимостном выражении принадлежит небольшим региональным компаниям.

Зарубежные компании-производители молочных продуктов имеют солидный бюджет рекламной деятельности и более совершенные производственные технологии, которые позволяют им предлагать на рынке высококачественную продукцию, реализуемую через отлаженные системы сбыта. Некоторые из этих компаний, такие как «Данон», «Пармалат», «Кампина» и «Эрман», начали вкладывать свои средства в покупку российских производственных предприятий, данный факт может привести к снижению конкурентоспособности продукции группы «Вимм Билль Данн» и других участников рынка. Благодаря возросшему объему производства йогуртов и молочных десертов в России, вышеуказанные зарубежные предприятия стали основными конкурентами группы «Вимм Билль Данн» в данном сегменте рынка.

Описание профилей крупнейших игроков Рынка

Компания «Вимм Билль Данн»

О компании

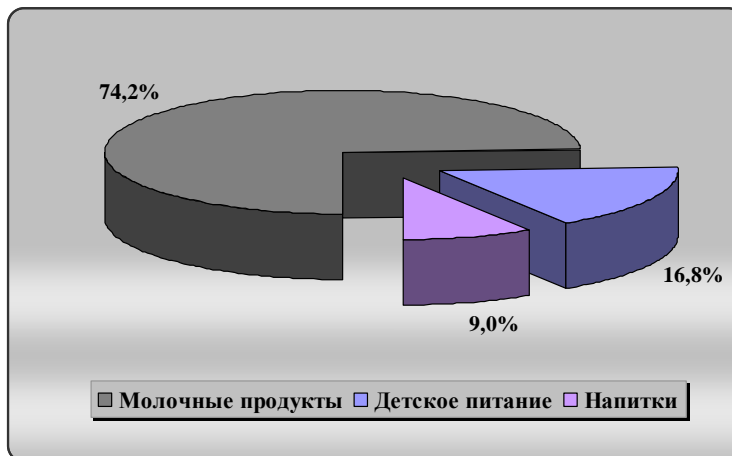
Компания «Вимм-Билль-Данн» - лидер рынка молочных продуктов и детского питания в России и один из ведущих игроков рынка безалкогольных напитков в России и странах СНГ. На перерабатывающих заводах компании. История компании началась в 1992 году, когда «Вимм-Билль-Данн» выпустил соки в пакетах.



Направления деятельности

Основными направлениями деятельности компании является производство и продажа молочных продуктов, детского питания и безалкогольных напитков.

Диаграмма. Структура доходов от различных видов деятельности компании «Вимм Биль Данн»



Источник: исследование агентства ТОП-ЭКСПЕРТ

Ассортиментный портфель в сегменте молочной продукции

Широкий ассортимент молочной продукции

Портфель брендов в сегменте молочной продукции

- «Домик в деревне»
- «Нео»
- «33 коровы»
- «Чудо»
- «Весёлый молочник»
- Bio-Max,
- Imunele
- «Ламбер»



География деятельности

Компания «Вимм-Билль-Данн» создала единую производственную сеть в регионах России и странах СНГ, став общенациональным российским производителем. Сейчас в группу компаний «Вимм-Билль-Данн» входит 37 производственных предприятий в России, на Украине и в Центральной Азии.

Показатели деятельности

Доля компании на рынке молочных продуктов составляет 35%. На предприятиях и в торговых филиалах компании работает 18 000 человек.

Основные показатели за 2008 г.:

- Выручка группы выросла на 15,8% и составила 2.823,6 млн. долл. США;
- Валовая прибыль увеличилась на 16,5% и составила 913,0 млн. долл. США;
- Операционная прибыль возросла на 14,6% и составила 245,1 млн. долл. США;
- Чистая прибыль уменьшилась на 27,3% и составила 101,7 млн. долл. США;
- Беспрецедентная девальвация рубля во второй половине 2008 г.;
- Чистая прибыль, скорректированная на убыток от курсовой разницы и соответствующую сумму налоговых начислений, выросла на 15,0% и составила \$146,0 млн. долл. США;
- EBITDA выросла на 20,1% и составила 361,0 млн. долл. США, а EBITDA в процентах от выручки выросла с 12,3% до 12,8%;
- Операционный денежный поток увеличился на 231,8% и составил 321,2 млн. долл. США;
- Свободный денежный поток вырос на 227,9% и составил 135,8 млн. долл. США.

Преимущества

- Большие незагруженные производственные мощности, что дает потенциал для роста без дополнительных капиталовложений;
- Более высокое качество выпускаемых продуктов по сравнению с конкурентами;
- Высокая степень инноваций;
- Наличие возможности по разработке новых продуктов и профессиональный маркетинг;
- Сильные и диверсифицированные товарные бренды;
- Стабильный доступ к источникам сырья;



- Акцент на разработку новых продуктов;
- Современная производственная база и технологии;
- Наличие возможностей по привлечению внешнего финансирования.

Планы по развитию

Стратегия ВБД – производить молочные продукты в том регионе, где они потребляются. Программа развития компании предполагает увеличение числа именно региональных предприятий.

В отчёте представлена подробная таблица, в которой приведена сравнительная характеристика игроков рынка молочной продукции.

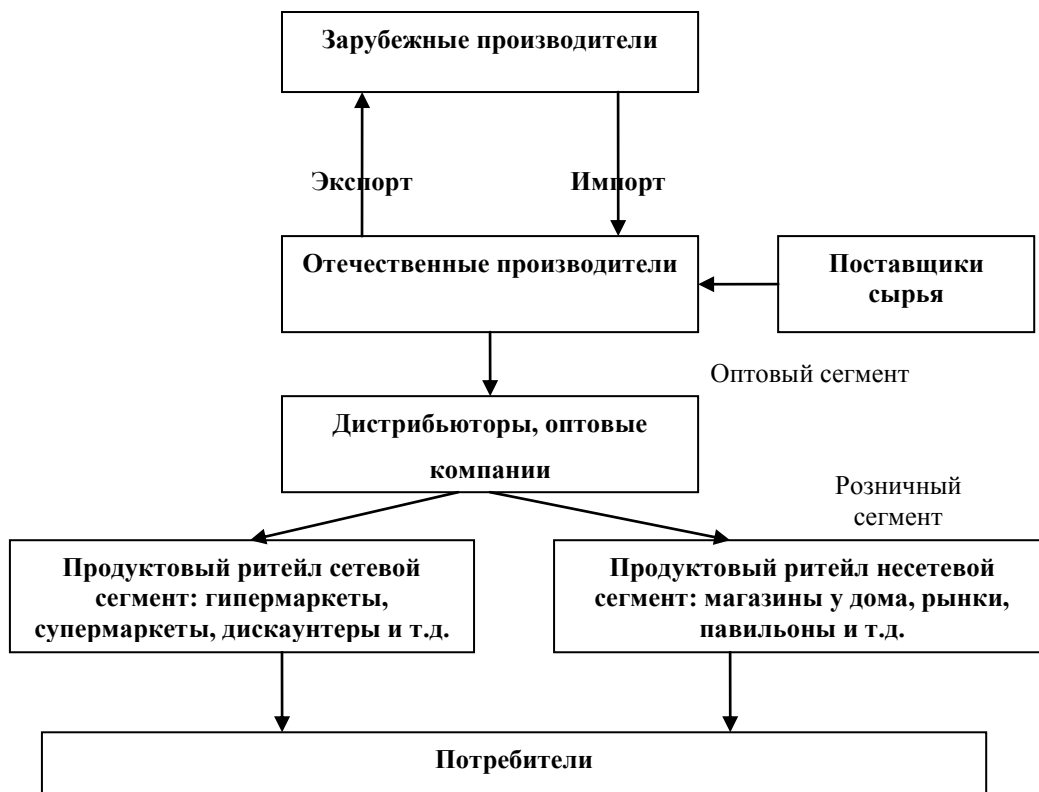
В указанной таблице подробно описаны основные игроки рынка по следующим пунктам: Название компании, Дата основания, Направления деятельности, Ассортиментный портфель, Портфель брендов, География деятельности, Показатели деятельности, Планы по развитию.



Особенности сбытовой политики на Рынке

Цепочка движения товара на рынке молока и молочной продукции представлена на схеме.

Схема 1. Цепочка движения товара на Рынке



Источник: «Маркет Аналитика»

У перерабатывающих предприятий молочной отрасли традиционно существует три канала сбыта:

- через дистрибьюторов, как правило, постоянных;
- самостоятельная доставка продукции в точки продажи;
- поддержка складов, с которых розничные продавцы могут забрать товар.

Использование каналов сбыта зависит от типа производителя. Лидеры национального рынка используют все каналы сбыта. Во-первых, они имеют своих постоянных дистрибьюторов во многих регионах. Дистрибьюторы обеспечивают доведение продукции до магазинов и других точек продаж, могут давать консультации по



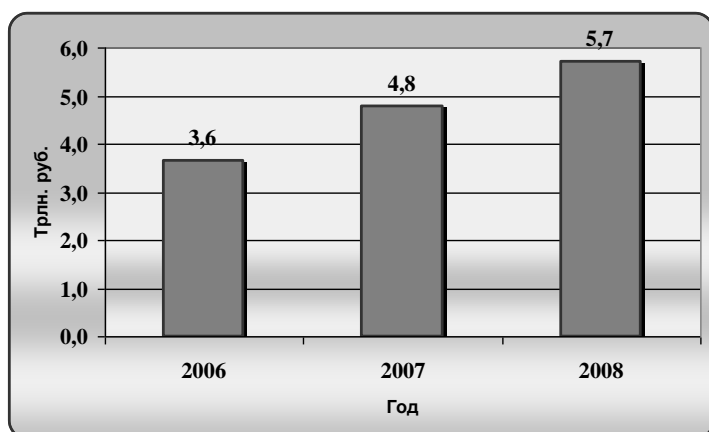
ассортименту фирмы и рекомендации по выкладке товаров на прилавке. Однако дистрибьюторы крупных фирм часто предпочитают работать с супермаркетами и универсальными магазинами, не уделяя достаточно внимания более мелким торговым точкам, что особенно характерно для региональных рынков, так как продукция национальных компаний дороже и ее аудитория – это посетители супермаркетов и больших гастрономов. Решить эту проблему позволяют склады молочной продукции, с которых заинтересованные лица могут самостоятельно вывезти нужный товар. Однако если в крупных магазинах ассортимент достигает 30-40 наименований, то на рынках 10-15. Также лидеры рынка работают и с отдельными оптовыми покупателями. Например, Danone предлагает гибкую систему доставки небольших партий молочной продукции.

Описание розничного сегмента

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

По оценкам аналитических компаний оборот продуктового ритейла по итогам 2008 года составил ... трлн. руб. Темпы роста в 2008 году составили ... %, что на восемь процентных пунктов меньше, чем в 2007 году.

Диаграмма. Динамика продуктового ритейла за период 2006-2008 гг., трлн. руб.



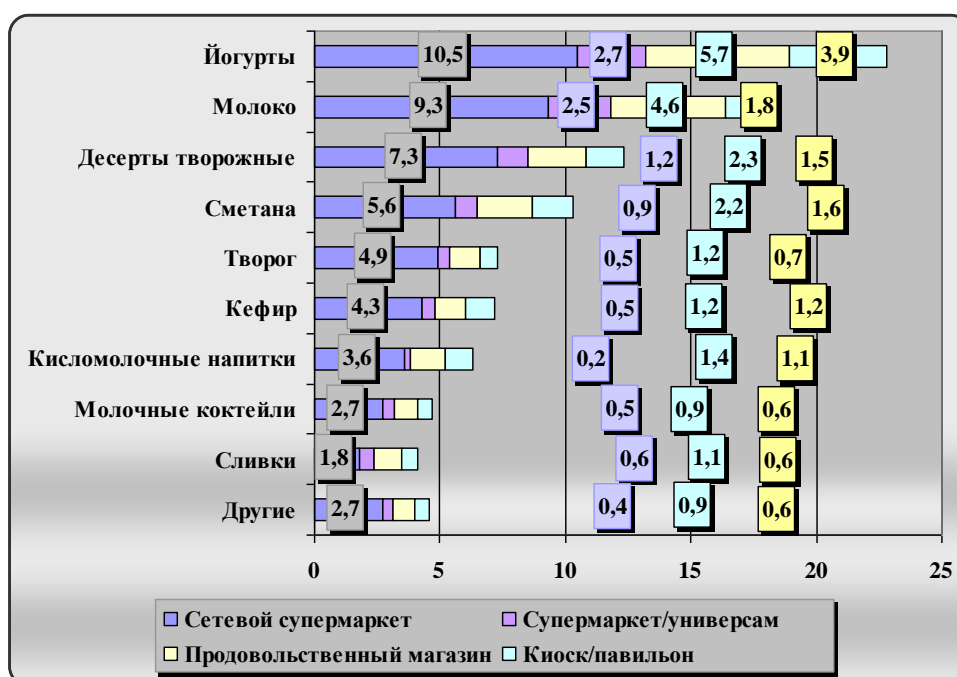
Источник: «Ренессанс Капитал»



В зависимости от формата на рынке розничной торговли продуктами питания представлены следующие игроки: cash & carry, гипермаркеты, супермаркеты, дискаунтеры, магазины у дома, рынки.

Согласно исследованиям отраслевых агентств, почти треть россиян приобретают молочную продукцию в киосках, чуть больше трети – в супермаркетах и гипермаркетах, а около 40% - приобретают молочную продукцию в других розничных точках.

Диаграмма. Дистрибуция различных видов молочной продукции в зависимости от формата торговли, в % от общего объема молочной продукции



Источник: Euromonitor, 2007

Таким образом, более половины всей продукции поставляется в сетевые супермаркеты. К тому же доля сетевого сегмента постоянно растет, а крупные поставщики предпочитают работать с сетевыми супер- и гипермаркетами.

Сетевые розничные точки в сегменте торговли продуктами питания можно классифицировать также по ценовой политике и территориальному охвату сети.

В зависимости от ценовой политики продуктовые точки классифицируются следующим образом:



- Премиум-класс (пример сетевых магазинов: «Азбука Вкуса», «Седьмой континент: 5 звезд», «Глобус Гурмэ», «Калинка Стокманн»);
- Средний класс (пример сетевых магазинов: «Седьмой континент», «Алые паруса», «Перекресток», «Патэрсон»);
- Масс-маркеты (пример сетевых магазинов: Spar, Billa, «12 месяцев»);
- Нижний сегмент (пример сетевых магазинов: «Магнит», «Копейка», «Ашан»).

На российском рынке продуктового ритейла прослеживается тенденция увеличения доли эконом-класса среди сетевых игроков (рост доли дискаунтеров и гипермаркетов, сокращение доли супермаркетов).

Анализ конечных потребителей рынка молока и молочной продукции

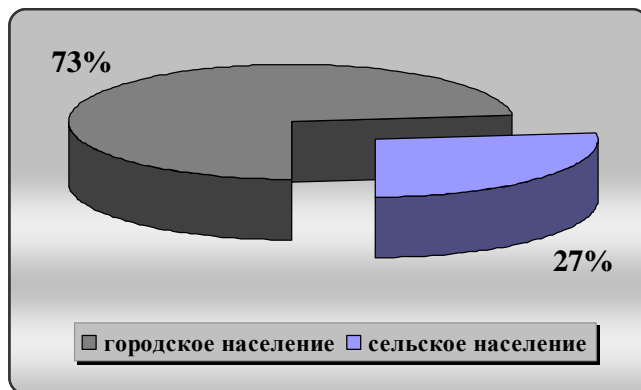
Описание потребительского сегмента

Молоко и молочные продукты являются одной из важнейших категорий продуктовой отрасли. Как уже было отмечено выше, этому сегменту принадлежит 16% в розничных продажах продуктов питания. Потребителями молока и молочной продукции является подавляющее большинство жителей России.

По данным Госкомстата численность населения России по состоянию на 1 января 2009 года составила 141,9 млн. человек, из которых 103,73 млн. проживает в городе, а 38,22 млн. в сельской местности.



Диаграмма. Структура населения России по территориальному признаку



Источник: Федеральная Служба Государственной Статистики, 2009

Нельзя не отметить влияние дохода на предпочтения потребителей. Так, при низком доходе, многие потребители ориентируются на более традиционные продукты (молоко, кефир, сметана) в более низком ценовом сегменте, тогда как с ростом доходов предпочтения смещаются в сторону более дорогих продуктов, а также так называемых «новых» продуктов, например, молочные продукты, обогащенные витаминами и микроэлементами, с добавлением соков, молочные десерты и многое другое.



Таблица. Структура населения по величине среднедушевых денежных доходов

Уровень доходов, руб.	Доля населения, в %			
	2004	2005	2006	2007
до 2000,0	12,3	7,1	4,3	2,6
2000,1- 4000,0	28,1	21,9	16,2	11,9
4000,1-6000,0	21,1	20,3	17,7	14,6
6000,1-8000,0	13,4	14,8	14,7	13,6
8000,1-10000,0	8,4	10,3	11,2	11,3
10000,1-15000,0	10,0	13,9	17,1	19,1
15000,1-25000,0	5,2	8,6	12,7	16,5
свыше 25000,0	1,5	3,1	6,1	10,1
Итого	100,0	100,0	100,0	100,0

Источник: Федеральная Служба Государственной Статистики, 2009

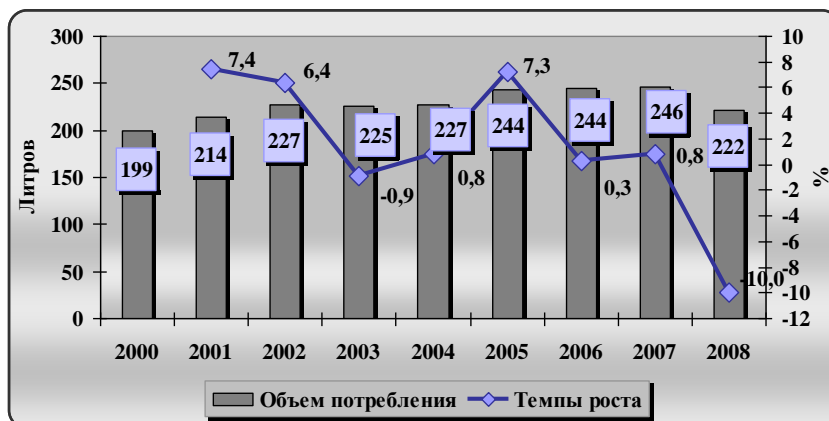
Таким образом, наибольшая доля населения (19,1%) приходится на людей с уровнем дохода 10-15 000 рублей в месяц.

Объём потребления на Рынке

По итогам 2008 года среднедушевое потребление молока составил чуть более ... литров. Объем потребления упал по сравнению с 2007 годом на 24 литра на человека. По оценкам экспертов, норма потребления цельного молока составляет около ... - ... литров на душу населения в год. Таким образом, потребление молока практически остается на уровне около 64% от рекомендованной нормы.



Диаграмма. Динамика среднедушевого потребления молока за период 2000-2008 гг., литр



Источник: «Федеральная Служба Государственной Статистики», «Российский Национальный союз производителей молока»

Потребительские предпочтения на Рынке

По данным исследований отраслевых агентств, в Москве в рамках реализации проекта «Молочное здоровье», в 2007 году только 33% жителей Москвы ежедневно покупают молоко. При этом 22% респондентов не покупают, а 21% – вообще не пьют молоко.

Кисломолочные продукты пользуются стабильным потребительским спросом. Наиболее популярными являются йогурт, кефир и творог – эти продукты выбирают соответственно 38, 29 и 21% москвичей, ежедневно потребляющих кисломолочные продукты.

Наименьшим спросом у молодых респондентов пользуется творог – регулярно его употребляют не более 15% опрошенных в возрасте до 30 лет. Среди потребителей в возрасте от 30 до 40 лет часто этот вид традиционных кисломолочных продуктов едят 60% москвичей.



Перечень таблиц и диаграмм

- Диаграмма 1. Динамика ВВП за период 2002-2008 гг. в номинальных ценах, млрд. руб.
- Диаграмма 2. Уровень инфляции за период 2003-2008 гг.
- Диаграмма 3. Динамика среднемесячной номинально начисленной заработной платы, руб.
- Диаграмма 4. Динамика реальных располагаемых денежных доходов населения в 2008, % к соответствующим периодам 2006-2007 гг.
- Диаграмма 5. Динамика численности безработных за 2008 год, млн. чел.
- Диаграмма 6. Динамика оборота розничной торговли, млрд. руб.
- Диаграмма 7. Динамика поголовья коров в России за период 2002-2008 гг., млн. голов
- Диаграмма 8. Территориальная структура поголовья коров в России, в % от общероссийского поголовья коров
- Диаграмма 9. Динамика производства молока в российских хозяйствах всех категорий, млн. тонн
- Диаграмма 10. Динамика надоя молока на одну корову за период 2002-2008 гг., тонн
- Диаграмма 11. Территориальная структура производства молока в России, в % от общероссийского производства молока
- Диаграмма 12. Структура производства молока по категориям хозяйств, в % от общего объема производства в хозяйствах всех категорий
- Диаграмма 13. Динамика средних цен производителей сельскохозяйственной продукции на молоко за период 2002-2008 гг., рублей за литр
- Диаграмма 14. Структура импорта сухого молока в Россию в 2008 году
- Диаграмма 15. Динамика импорта сухого и сгущенного молока в Россию за период 2002-2008 гг., тыс. тонн
- Диаграмма 16. Динамика производства сухих молочных продуктов в России за период 2002-2008 гг., тыс. тонн
- Диаграмма 17. Динамика цен производителей на сухие молочные продукты в России за период 2004-2008 гг., тыс. рублей за тонну
- Диаграмма 18. Структура Рынка в натуральном выражении, в % от объема Рынка
- Диаграмма 19. Структура сегмента цельномолочной продукции в натуральном выражении, в % от объема Рынка



Диаграмма 20. Структура рынка молочной продукции, в % от объема рынка в стоимостном выражении

Диаграмма 21. Структура российского рынка молока, в % от объема в натуральном выражении

Диаграмма 22. Структура российского рынка пакетированного молока, в % от объема сегмента пакетированного молока в натуральном выражении

Диаграмма 23. Динамика розничных цен на некоторые виды молочной продукции

Диаграмма 24. Структура розничной цены на молоко, % от средней розничной цены молока

Диаграмма 25. Структура распределения молока по сегментам Рынка, в % от объема производства молока в натуральном выражении

Диаграмма 26. Динамика производства цельномолочной продукции в России за период 2002-2008 гг., млн. тонн

Диаграмма 27. Динамика производства жирных сыров (включая брынзу) в России за период 2002-2008 гг., тыс. тонн

Диаграмма 28. Динамика производства животного масла в России за период 2002-2008 гг., тыс. тонн

Диаграмма 29. Динамика импорта в Россию сливочного масла в натуральном выражении за период 2002-2008 гг., тыс. тонн

Диаграмма 30. Динамика импорта в Россию сливочного масла в денежном выражении за период 2002-2008 гг., \$ млн.

Диаграмма 31. Структура рынка цельномолочной продукции по территориальному признаку, в % от объёма Рынка в стоимостном выражении

Диаграмма 32. Динамика рынка молока в натуральном выражении за период 2000-2008 гг., млрд. литров

Диаграмма 33. Структура рынка животного масла по территориальному признаку, в % от объёма Рынка в стоимостном выражении

Диаграмма 34. Структура рынка жирных сыров (включая брынзу) по территориальному признаку, в % от объёма Рынка в стоимостном выражении

Диаграмма 35. Динамика рынка цельномолочной продукции (в пересчете на молоко) в стоимостном выражении, млрд. руб.

Диаграмма 36. Динамика рынка сливочного масла в стоимостном выражении, млрд. руб.



Диаграмма 37. Динамика рынка жирных сыров (включая брынзу) в стоимостном выражении, млрд. руб.

Диаграмма 38. Доли основных игроков на Рынке в денежном выражении

Диаграмма 39. Структура доходов от различных видов деятельности компании «Вимм Биль Данн»

Диаграмма 40. Динамика продуктового ритейла за период 2006-2008 гг., трлн. руб.

Диаграмма 41. Структура продуктового ритейла по показателю оборота

Диаграмма 42. Структура потребления молочной продукции

Диаграмма 43. Дистрибуция различных видов молочной продукции в зависимости от формата торговли, в % от общего объема молочной продукции

Диаграмма 44. Структура населения России по территориальному признаку

Диаграмма 45. Динамика среднедушевого потребления молока за период 2000-2008 гг., литр

Диаграмма 46. Среднедушевое потребление молока в Европе и России в 2008 году, литров

Диаграмма 47. Предпочтения потребителей по видам кисломолочной продукции, % от числа ответов

Диаграмма 48. Уровень осведомленности московских покупателей молока об отличиях пастеризованного и стерилизованного продукта, % от числа опрошенных

Диаграмма 49. Совокупные доли марок производителей молочной продукции в потребительских предпочтениях, % от числа покупателей

Таблица 1. Выпуск важнейших видов продукции пищевой промышленности

Таблица 2. Основные количественные характеристики Рынка в 2008 году

Таблица 3. Сравнительная характеристика крупнейших игроков (производителей) российского рынка молочной продукции

Таблица 4. Структура населения по величине среднедушевых денежных доходов

Таблица 5. PEST-анализ российского рынка молочной продукции