

Изучение перспективы развития предприятий молочной промышленности на примере ОАО Компании «ЮНИМИЛК».

Выполнила:

[Анисимова Полина](#)

ученица 10Б класса
МОУ «Гимназия №6»
г. Новочебоксарск

Научный руководитель:

[Цибуля Елена Владимировна](#)

преподаватель экономики
МОУ «Гимназия №6»






Цель работы:

- изучить перспективы развития предприятий молочной промышленности на примере ОАО Компании «ЮНИМИЛК».

Задачи работы:

- рассмотреть теоретические аспекты конкуренции и их особенности на рынке пищевой промышленности;
 - проанализировать современное состояние Молочного комбината "Чебоксарский»;
 - определить составляющие конкурентоспособности предприятий ОАО Компании «ЮНИМИЛК» по ряду параметров;
 - выявить проявления тенденции монополизации на рынке производства молочных товаров;
 - на основе исследования охарактеризовать перспективы развития молочной промышленности нашего региона.
- 

Особенности конкуренции на рынке пищевой промышленности:

- не всегда применима **ценовая конкуренция**;
- предприятия стремятся получить сельскохозяйственную базу как свое составляющее, те же, кто ее не имеет - становится заложником цен на сырье.





Цепочка по укрупнению предприятий:

Молочный завод «Чебоксарский»



ЮНИМИЛК



Danone



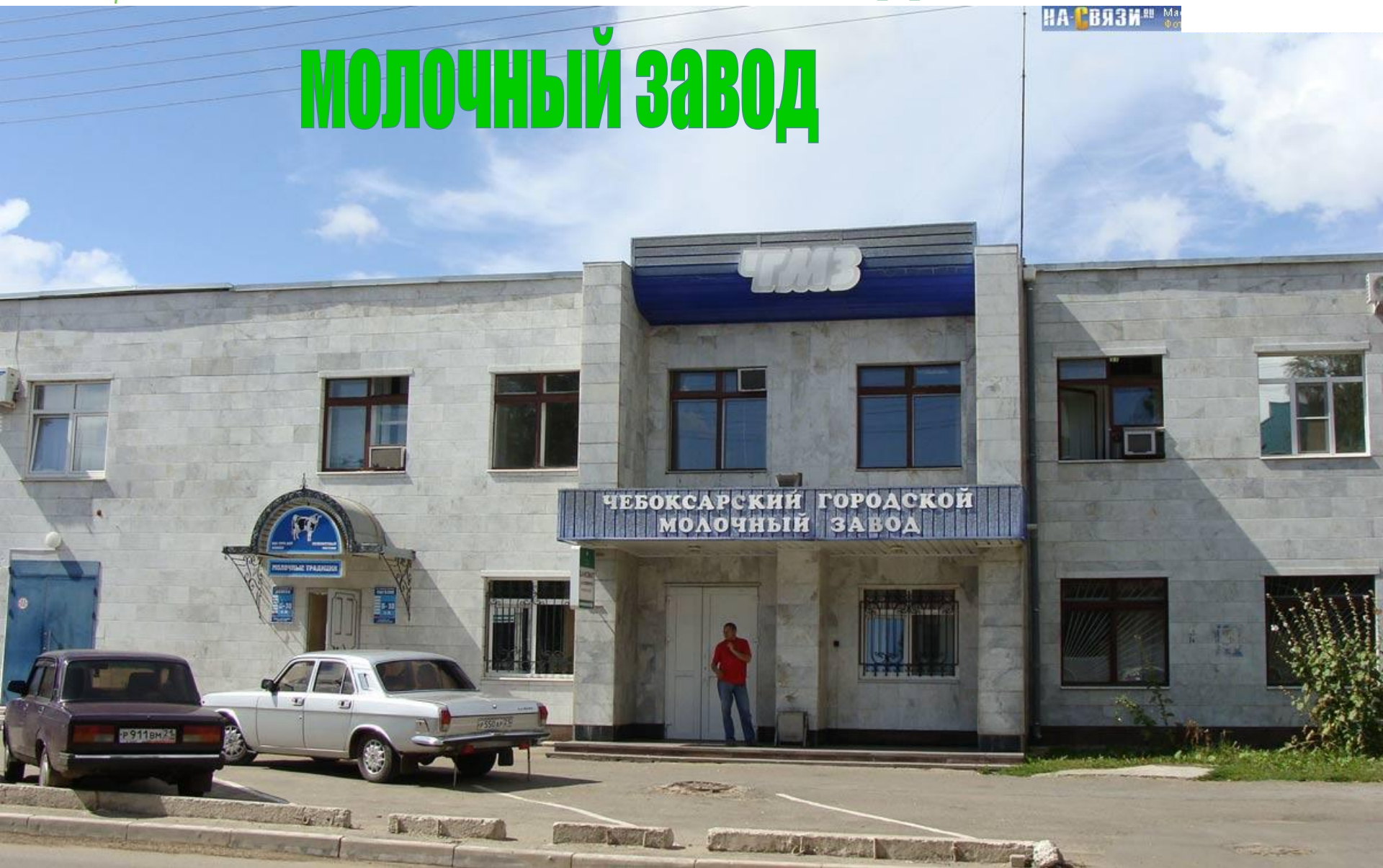


Чебоксарский городской



МОЛОЧНЫЙ ЗАВОД

НА СВЯЗИ Ма
Ф.03



Ассортимент продукции ЧГМЗ

до вхождения
в Юнимилк

после вхождения
в Юнимилк

Молоко

Молоко

Кисломолочные напитки

Кисломолочные напитки

Сметана

Сметана

Творожные изделия

Творожные изделия

Казеин

Масло сливочное

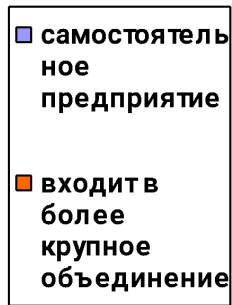
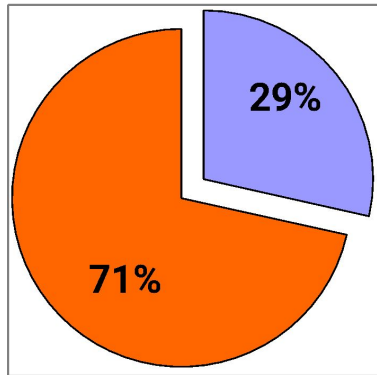
Молоко сгущенное

Сухое молоко

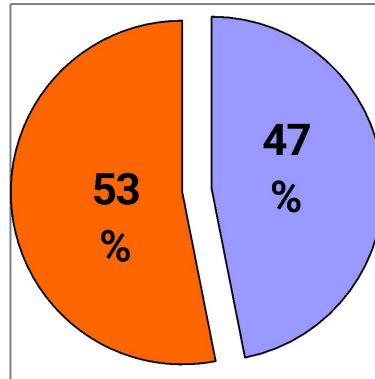


Социологический опрос

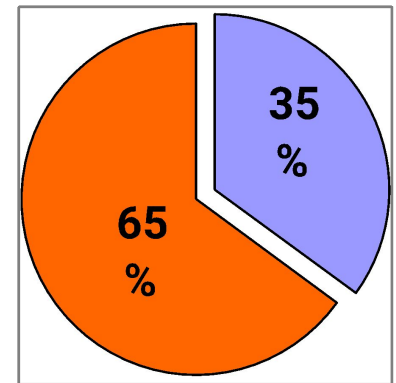
Кому принадлежит
Молочный комбинат
«Чебоксарский»?



12-13 лет



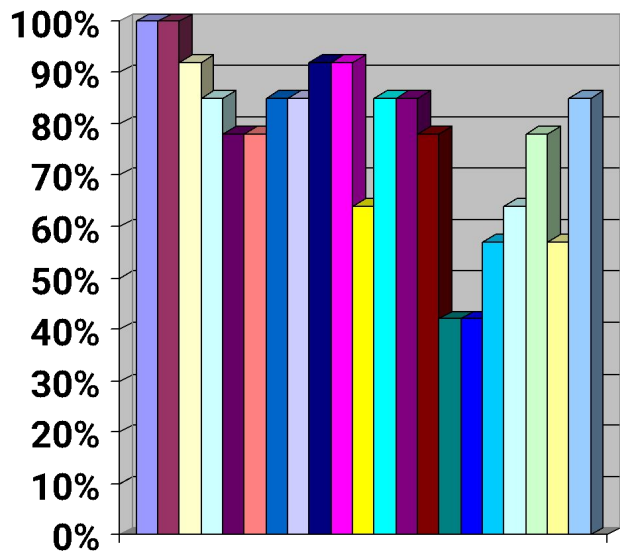
16-17 лет



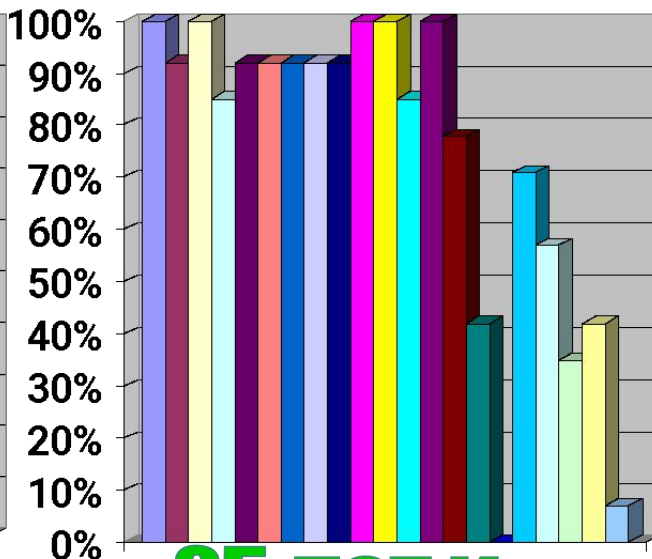
25 лет
и старше

Социологический опрос

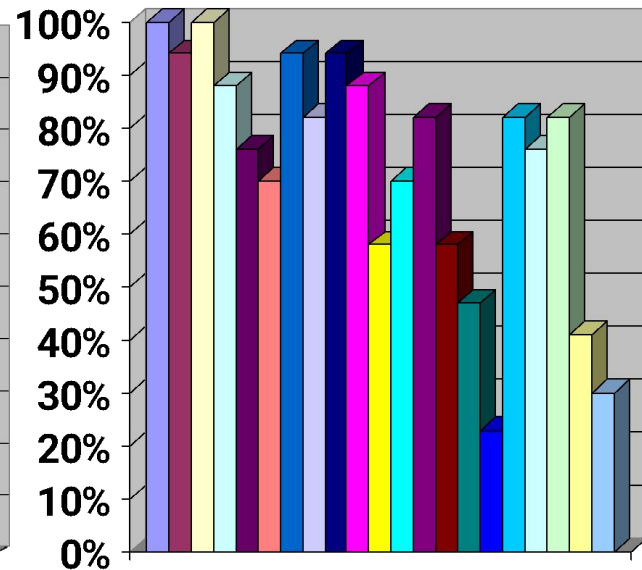
Какую продукцию производит
Молочный комбинат
«Чебоксарский»?



12-13 лет



25 лет и ...



16-17 лет

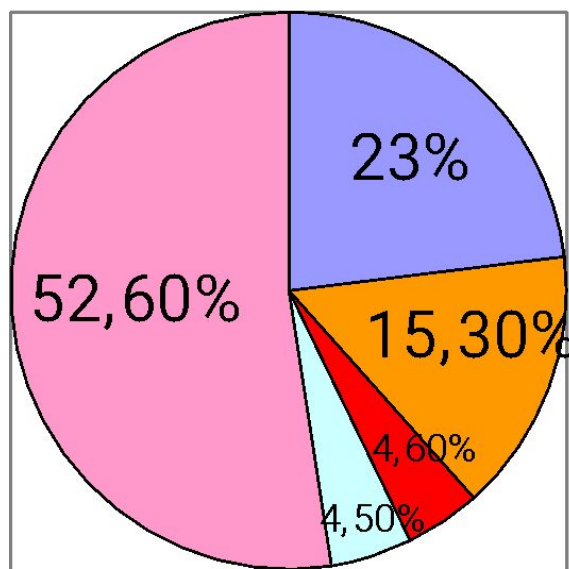
- | | |
|---------------------------|-----------------------------|
| ■ молоко (100%) | ■ кефир (92%) |
| ■ творог (100%) | ■ твороженная масса (85%) |
| ■ йогурт (92%) | ■ бифиллюкс (92%) |
| ■ бифидок (92%) | ■ турах (92%) |
| ■ варенец (92%) | ■ ряженка (100%) |
| ■ простокваша (100%) | ■ топленное молоко (85%) |
| ■ сметана (100%) | ■ тонус (78%) |
| ■ биобаланс (42%) | ■ сыр (0%) |
| ■ молочные коктейли (71%) | ■ глазированные сырки (57%) |
| ■ сливочное масло (35%) | ■ сливки (42%) |
| ■ сгущенное молоко (7%) | |



Доля рынка



Доля рынка



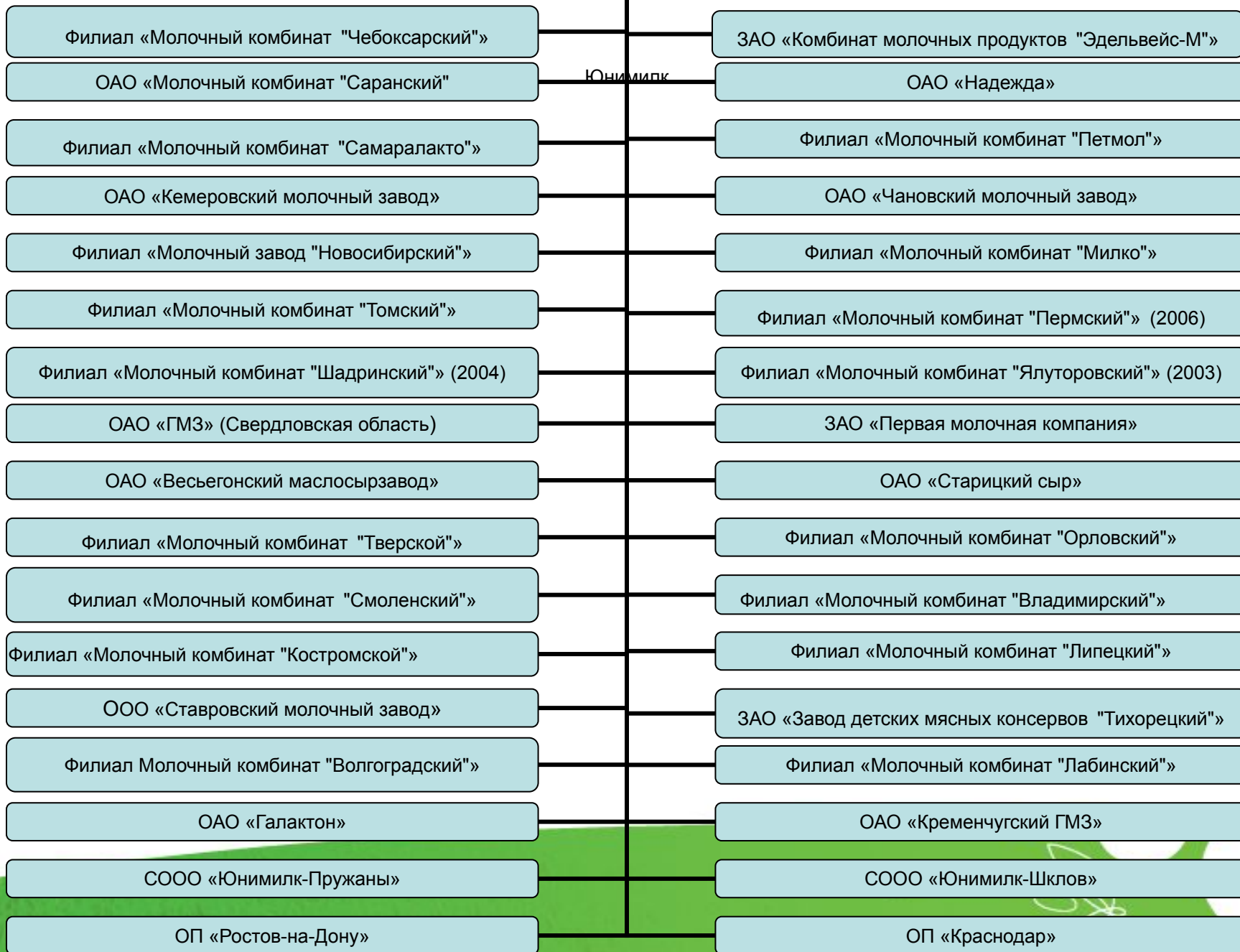
- «Вимм-Билль-Данн»
- «Данон»
- «Юнимилк»
- 7 крупных компаний
- другие

7 крупных компаний:

- «Воронежский молочный комбинат»
- «Очаковский молочный завод»
- «Перммолоко»
- «Пискаревский молочный комбинат»
- «Росагроэспорт»
- «Самрина»
- «Эрманн»



Юнимилк



Элементы брендинга:

- Товарный знак
- Логотип
- Слоган
- Фирменный цвет
- Фирменный комплект шрифтов



Ассортиментные линии товаров предприятия.



Преимущество:

- Выдерживает конкуренцию в области натуральности ингредиентов.



Ассортиментные линии дваров предприятия



Преимущества:

- необычная для россиян удобная в использовании упаковка;
- яркий, заметный дизайн;
- широта ассортимента;
- приемлемая цена;
- качество продукции.



Ассортиментные линии товаров предприятия.

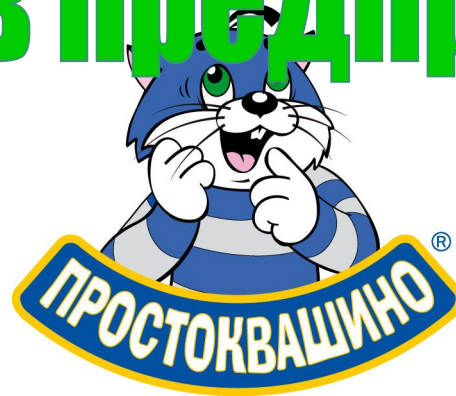


Преимущество:

- Узнаваемость и броскость оформления.



Ассортиментные линии товаров предприятия.



Преимущество:

- премиальное качество и большое разнообразие вкусов.





Ассортиментные линии товаров предприятия.



bio
БАЛАНС



Преимущество:

- Лечебный эффект продукта.



Ассортиментные линии товаров предприятия.



Актуаль



Преимущество:

- Входит в категорию - престижный продукт.



Актуаль



Ассортиментные линии товаров предприятия.



Преимущество:

- Продукт эконом класса.

Ассортиментные линии товаров предприятия

ПЕТМОЛ

Преимущество:

- Специализированная линия для ресторанов и кафе.



Потенциальные конкуренты

ММЛК

Конкуренты
«Юнимилк»

Компании
первой
группы

Компании
второй
группы

«Вимм-Билль-
Данн Продукты
питания»

«Данон»

Молочный
комбинат
«Воронежский»

Томский
холдинг
«Том-Мас»



"Вимм-Билль-Данн Продукты питания"

Преимущества:

1. Лидер продаж молочной продукции на российском рынке;
2. Сбыт продукции осуществляется в крупных городах России;
3. В «ВБД» входит 23 производственных предприятия;
4. Ассортимент молочной продукции «ВБД» насчитывает порядка 1100 наименований;
5. Компания проводит агрессивную рекламную политику;
6. Ассортимент продукции постоянно расширяется;
7. Компания активно вторгается на региональные рынки.



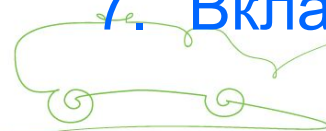


"Данон"



Преимущества:

1. Владеет двумя молочными заводами в России;
2. Общая доля рынка составила 15,3%;
3. Продукция отличается высоким качеством;
4. Активно использует телевизионную рекламу ;
5. Имеет своих дистрибьюторов во многих городах России;
6. Занимается деятельностью по охране окружающей среды;
7. Вкладывает деньги в сельское хозяйство в России.







Молочный комбинат

"Воронежский"

Преимущества:

1. Позиционирует себя как производитель чистой и натуральной молочной продукции;
2. Предлагает до полусотни наименований;
3. Разработаны бренды для среднего ценного сегмента низшей ценовой линейки – бренд «Ералаш»;
4. Объемы производства растут быстрыми темпами, порядка 40% в год;
5. Расширение рынка сбыта происходит за счет менее активных местных конкурентов;
6. Разработана региональная программа поддержки молочных хозяйств.







ТОМСКИЙ ХОЛДИНГ

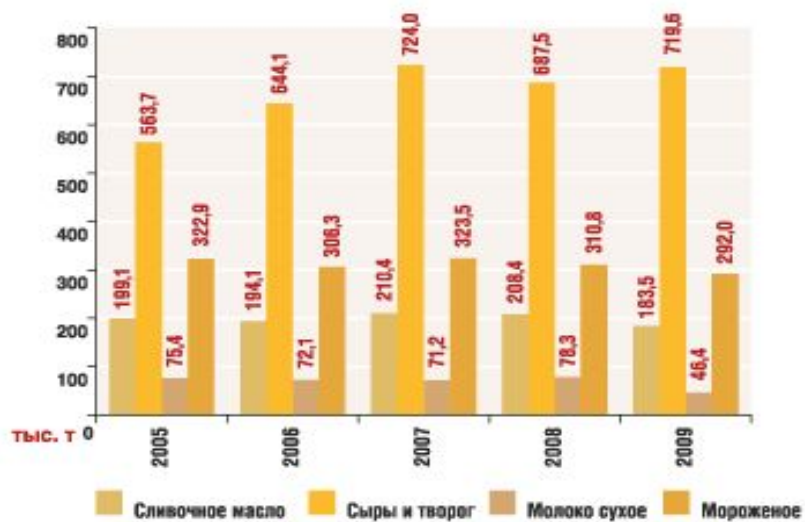
"ТОМ-МАС"

Преимущества:

1. Является лидером по производству молочной продукции в Томской области;
2. Количество предприятий, входящих в холдинг, постоянно расширяется;
3. На сегодняшний день выпускает около 50 наименований продукции;
4. Имеет разветвленную дистрибьюторскую сеть;
5. Приобретен завод в благополучной по надоям молока Новосибирской области.

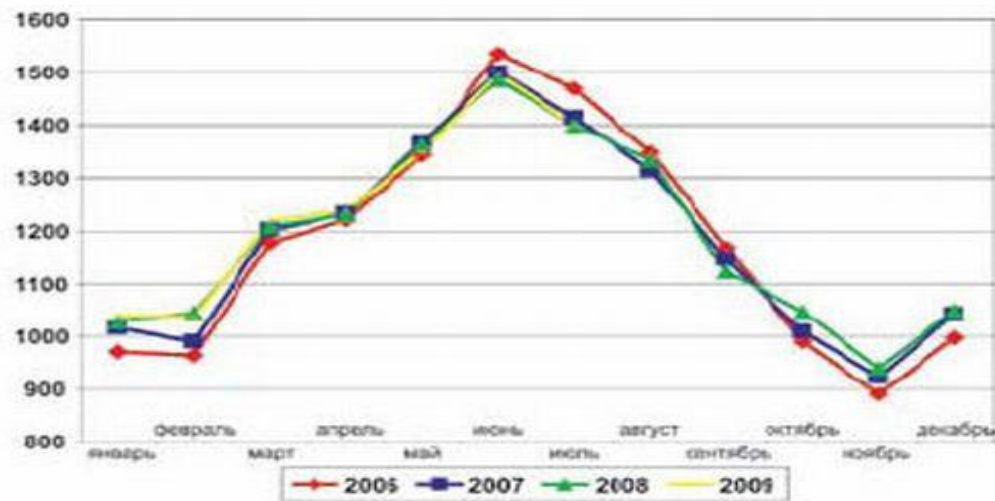


ДИНАМИКА ПРОИЗВОДСТВА МОЛОЧНЫХ ПРОДУКТОВ в 2005-2009 годах, тыс. т



Источник: ФГС.

График. Производство молока в сельскохозяйственных предприятиях РФ по месяцам



Объединение

Юнимилк и Данон

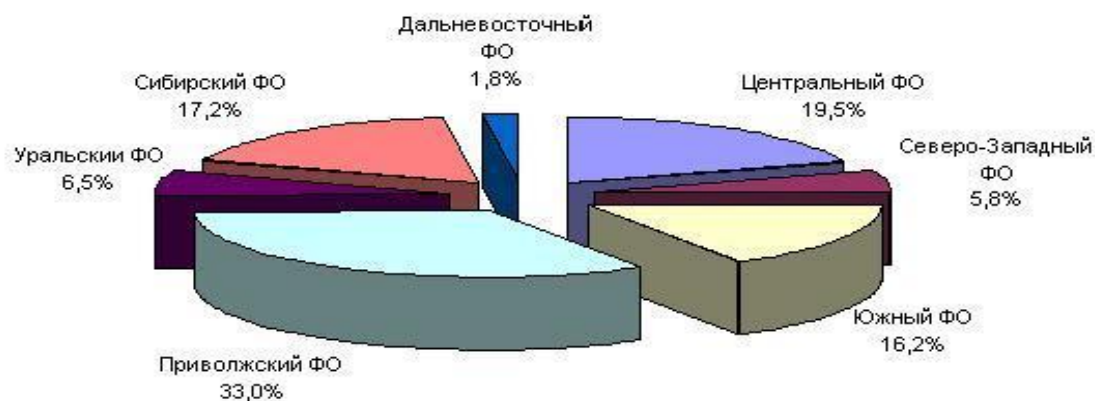
Это повлечет за собой
взаимодополняющие:

- географические зоны;
- продуктовые портфели;
- системы дистрибуции;
- производственные
МОЩНОСТИ.





Производство молока по федеральным округам



Пути
функционирования
предприятия

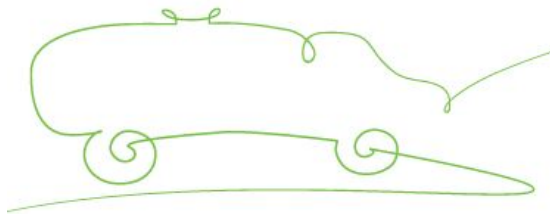
Вхождение в
крупную
российскую марку

Стать
технологическим
звеном

Вхождение предприятия в крупную российскую марку



- Сохранение производства как такового
- Сохранение рабочих мест
- Обновление материально-технической базы
- Сокращение ассортимента продукции;
- Зависимость в выборе поставщиков и потребителей;
- Постоянная опасность быть выбранным в качестве потенциального монопредприятия;
- Влияние на продовольственную безопасность региона



СТАТЬ

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИМ

ЗВЕНОМ



- Сохранение рабочих мест
- Обновление материально-технической базы
- Расширение производства
- Рост ассортимента продукции
- Стабильность
- Продовольственная безопасность региона
- конкуренция с более крупными игроками на рынке молочной продукции





ВЫВОДЫ:

1. Особенности функционирования рынка молочной промышленности являются ограниченность ценовой конкуренции и влияние так называемой российской зоны рискованного земледелия;
2. На современном этапе Молочный комбинат «Чебоксарский функционирует в составе компании ЮНИМИЛК;
3. Основными составляющими конкурентоспособности компании ЮНИМИЛК являются:
 - разнообразие ассортиментных линий;
 - активная рекламная компания;
 - предприятия переработчики и производители представлены практически во всех регионах России;
4. На рынке молочной промышленности явно прослеживается тенденция укрупнения предприятий; отдельно взятый и рассмотренный пример – цепочка:

Молочный завод «Чебоксарский» —————> ЮНИМИЛК —————> Danone

5. Перспективами развития предприятий молочной промышленности нашего региона могут быть:
 - самостоятельность в условиях достаточных инвестиций
 - вхождение в крупную российскую марку
 - превращение в необходимое технологическое звено предприятия пищевой отрасли региона



Спасибо

за

внимание!

