



Анализ рынка молока и МОЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ

Выполнила
студентка
группы 20-Р-2
Стефанец А. Я.

Калининград
2021

Объем рынка

Рис. 1. Динамика объема российского рынка молока и молочной продукции на фоне основных макроэкономических показателей, 2012-2019 г., %



Источник: Росстат, расчеты NeoAnalytics

Этап развития

- Отрасли в ближайшие месяцы придется жить в непростых условиях, в наиболее сложном положении могут оказаться малые и средние предприятия.
- Молочная отрасль сохраняет инвестиционную привлекательность.



Перечень основных игроков рынка



ул. Гурьевская, 1А; <https://наш-продукт.рф/>



ул. Камская, 65; <https://aomoloko.ru/>

Краткая характеристика предприятия

1. Предприятием является открытым акционерным обществом.
2. очень малая.
3. Отсутствие разветвленной сети филиалов.
4. Калининград, Калининградская область.
5. Моно-профильность.
6. Возможность вертикальной интеграции.

Перечень выгод

Продукция: молоко, творог, кефир, ряженка, сливки, йогурт, питьевой йогурт, сметана, масло сливочное, сыр, топленое молоко, мороженое.



Уникальные продукты на данном рынке

Наш продукт: доставка, акции, большой выбор молочных продуктов. **Уникальные продукты:** йогурты, творожные массы.

Молоко: акции, большой ассортимент молока.

Уникальные продукты: бифилайф, биокефир, биопростокваша, эвиталия.



Банальности рынка

Корова, бабушка в деревне, капли молока на бутылке,
естественно это и молоко в стеклянной бутылке после доения,
чашка натурального творога. Натуральное, свежее,
пастеризованное и т.д.



Нестандартные решения

Отстройка начинается с самого логотипа «Наш продукт», он сделан под экостиль, как и интерьер магазина.

«ОАО Молоко». Как я уже писала ранее, широкий ассортимент «биопродуктов».



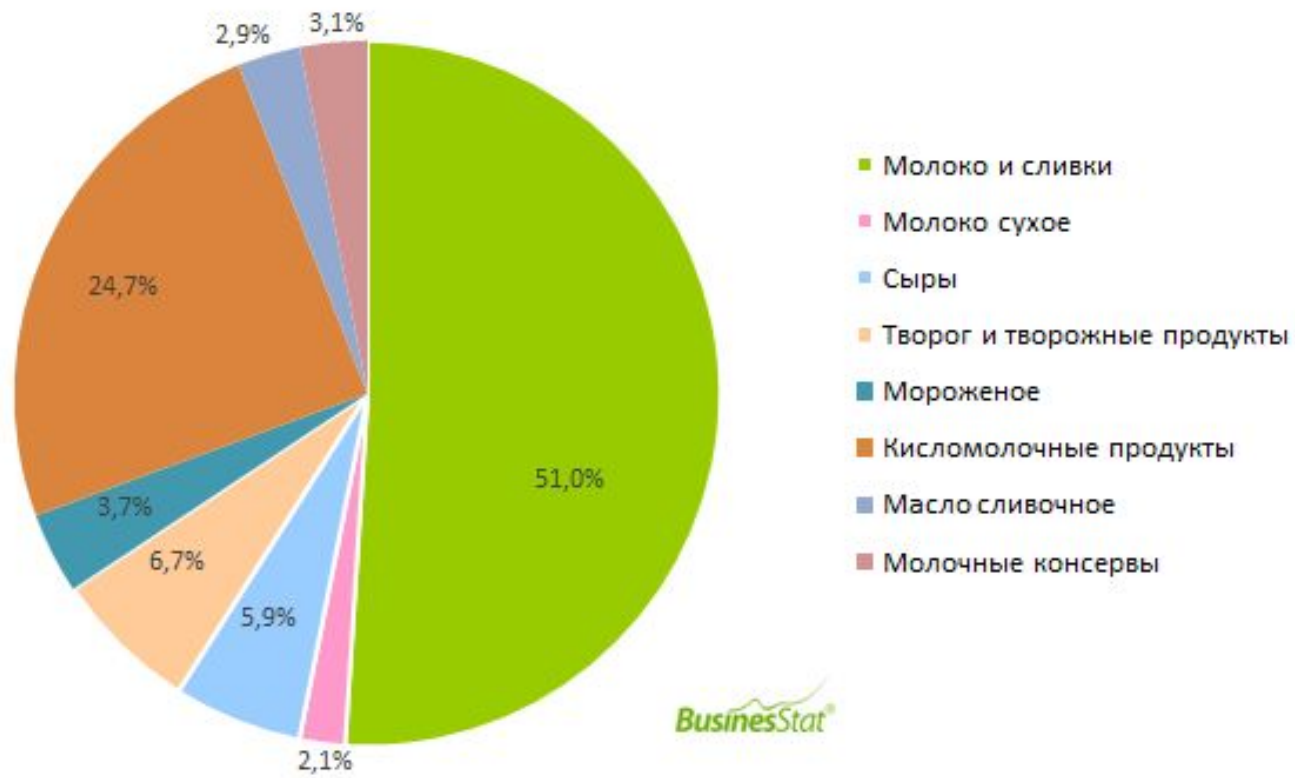
Факторы конкурентоспособности

«ОАО Молоко» большая сеть в Калининграде. Находится не только в Калининграде, но также в области. Относительно других низкие цены. А у «Наш продукт» - это экостиль в дизайне логотипа, самый большой ассортимент. Также много точек по Калининграду и области.



Перечень потребительских сегментов

Структура продаж молочной продукции в России в 2018 г (%)



Важные для продвижения отличительные черты

Географические: сегменты будут различаться.

Демографические: женщины приобретают молочную продукцию больше, нежели мужчины.

Возраст: наибольшим спросом молочная продукция пользуется у граждан в возрасте 30-40 лет - это 40%; далее 40-50 лет - 26,6%; 50-60 лет - 18,5%; 20-30 лет - 11,6% и старше 60 лет - 3,3%.

Доход: при низком доходе, многие потребители ориентируются на в более низком ценовом сегменте, тогда как с ростом доходов предпочтения смещаются в сторону более дорогих продуктов, а также так называемых "новых" продуктов.

Психографические: данный тип сегментации часто не имеет успеха ввиду низкой доступности.

Общие тенденции, влияющие на рынок

- Функциональные продукты.
- Больше белка.
- Сила злаков и семян.
- Не только полезно, но и вкусно.
- Порционная упаковка.

