



# 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».



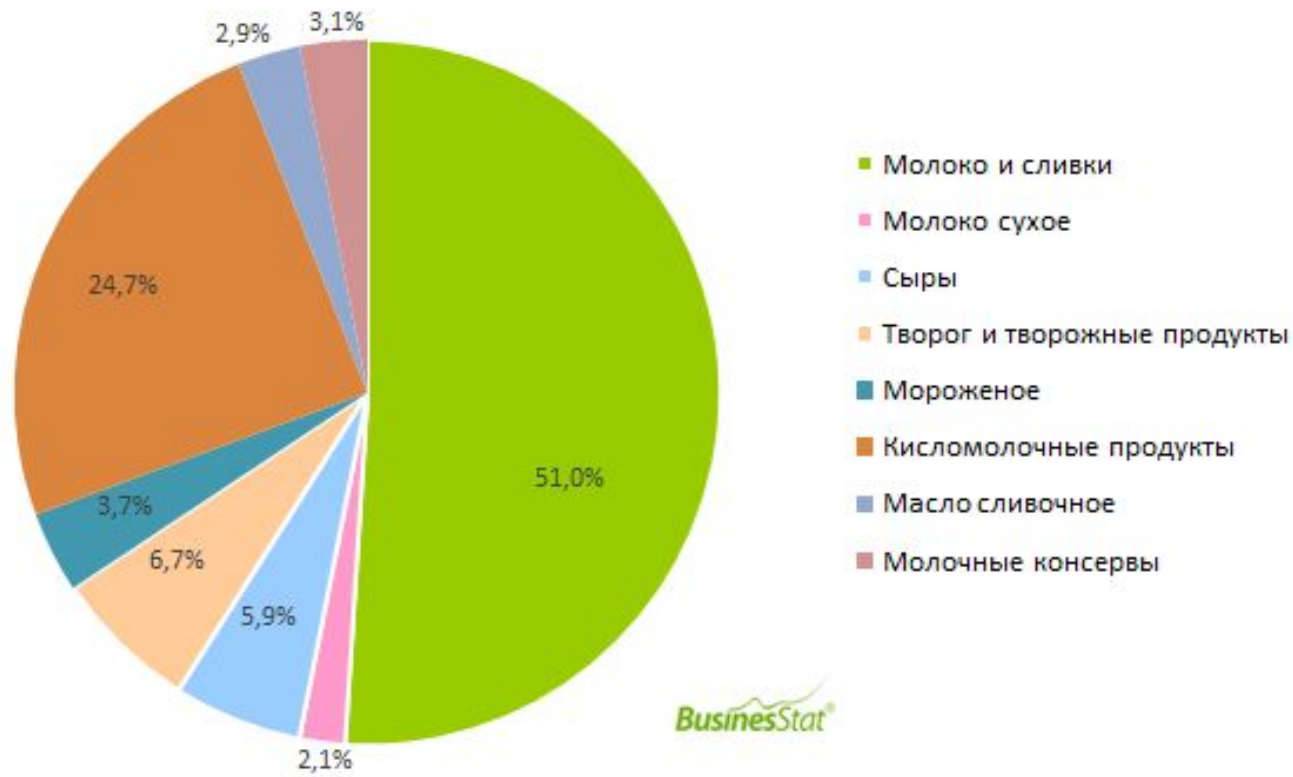
# Факторы конкурентоспособности

«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.

