



Маркетинговое исследование

**«Рынок рыб видов тиляпия,
дорада и сибас в России»**



Июль 2014

КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ ОБ ИССЛЕДОВАНИИ

Объем и формат исследования

Объем исследования – 125 страниц (с приложениями)

Дата выхода – июль 2014

Язык - русский

Шрифт – Arial

Размер шрифта - 10

Форма предоставления – в электронном виде

Исследование содержит: 37 таблиц, 61 рисунок

Формат файла с исследованием - *.pdf

Стоимость – 27 000 рублей

Описание исследования

Данное исследование выполнено ГК «Агриконсалт» в июле 2014 года в рамках бизнес-плана по организации рыбоводного комплекса по выращиванию тилапии мощностью 1100 тонн в год, а также дорадо и сибаса мощностью 2000 тонн в год в Астраханской области.

Способ обработки: охлажденная потрошенная и непотрошенная рыба.

Структура исследования

I часть работы посвящена общему описанию работы и инициатора проекта.

Во II части кратко описаны исследуемые виды рыб (сибас, дорадо и тилапия).

В III части приводится общая характеристика отрасли, а также ситуация на рынке исследуемых видов, дается оценка перспектив развития их выращивания в России, а также анализ цен.

В IV части анализируется рынок сбыта: краткое описание некоторых социальных показателей регионов исследования, а также расчет емкости рынка сбыта, производится анализ рынка дорады, сибаса и тилапии (на примере Санкт-Петербурга, Москвы, Новосибирска и Ростова-на-Дону).

В Выводах кратко представлены основные результаты исследования.

В Приложения вынесены дополнительные готовые материалы справочного характера.

Предмет исследования

Исследование рынка рыб видов тилапия, дорада и сибас в России.

География исследования

РФ с фокусом на крупные города-миллионники, в которые предполагается в первую очередь организовать сбыт продукции.

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Исследование проводилось с помощью анализа первичных и вторичных источников данных.

Первичные источники

- Аудит розничной торговли
- Опрос экспертов рынка и оптовых компаний

Вторичные источники

- Данные Федеральной таможенной службы РФ (ФТС РФ), Министерства сельского хозяйства РФ (МСХ РФ)
- Сбор данных общеделовых и специализированных СМИ (печатная пресса, электронные СМИ, федеральные и региональные информационные агентства)
- Исследования специализированных компаний (в том числе более ранние исследования и бизнес-планы группы «Агриконсалт») и данные компаний-производителей

Используемые сокращения:

ФСГС РФ - Федеральная служба государственной статистики Российской Федерации

ФТС – Федеральная таможенная служба

УЗВ – установка замкнутого водоснабжения

ФАР – Федеральное агентство по рыболовству

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Характеристика отрасли

Отрасль рыболовства и промышленного рыбоводства в целом в настоящий момент характеризуется следующими тенденциями:

- ✓ Общемировые объемы изъятия из естественной среды биологических ресурсов стагнируют или сокращаются
- ✓ Недостаток предложения рыбы компенсируется выращиванием в искусственных условиях - аквакультуре

С 1995 по 2013 гг. потребление рыбы в России выросло с 9,7 до 22 кг/душу населения (в 2,3 раза) и достигло уровня рекомендуемой медицинской нормы.

Развитие аквакультуры

2 июля 2013 года в России был принят федеральный закон № 148-ФЗ «Об аквакультуре (рыбоводстве) и о внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ», который полностью вступил в силу с 1 января 2014 года.

Принятие данного закона должно положительно сказаться на отрасли, так как с момента вступления данного закона в силу, предприятия товарной аквакультуры (товарного рыбоводства) будут отнесены к категории сельхозтоваропроизводителей, и, как следствие, могут претендовать на получение соответствующих льгот. Кроме того, за счет принятия закона предполагается решить проблемы в сфере регулирования прибрежного рыболовства, предусматривающие возможность перегрузки уловов и производства на судах продукции из водных биоресурсов при осуществлении прибрежного промысла.

Значение развития аквакультуры

- ✓ Дефицит рыбы в России компенсируется объемом импорта, который по предварительным оценкам в 2013 году составил около ... тыс. тонн. В первую очередь, он может быть ликвидирован за счет развития аквакультуры.
- ✓ Аквакультура – это средство для обеспечения занятости сельского населения даже в районах с неблагоприятной для сельского хозяйства средой, в том числе и в зонах рискованного земледелия и может стать, по примеру Норвегии, альтернативой естественному рыбному промыслу в Мурманской, Архангельской, Калининградской и других областях имеющих выход к морю.
- ✓ Учитывая тот факт, что большинство россиян живет в центральной части России, а около 65% вылова рыбы приходится на Дальний Восток, то развитие аквакультуры позволит решить вопрос с доступностью рыбной продукции для населения.
- ✓ Развитие аквакультуры позволяет сохранить баланс животного и растительного мира

Динамика производства продукции аквакультуры

За исключением последних двух лет производство аквакультуры в России стабильно растет. С 2000 по 2013 год прирост составил более 100 % - около ... тыс. тонн. В 2013 году производство аквакультуры составило ... тыс. тонн - на ... тыс. тонн (...%) меньше, чем в 2012 году.

По мнению Александра Харитонов (директора АГРОРУ.ком), при наличии государственных программ развития, к 2020 году может достичь ...тыс. тонн в год, а к 2030 млн. тонн в год. (рис. 60).

Характеристика рынка рыб видов дорада, сибас и тилапия

Промышленного производства рыб дорадо, сибас и тилапия в России практически нет.

Исключение составляет завод по выращиванию тилапии в г. Тюмень, объявивший об открытии осенью 2013 года. В 2014 году предприятие планирует выйти на плановую мощность – ... тонн в год.

Емкость рынка

Емкость рынка исследуемых видов рыб без учета товаров-заменителей равна объему импорта, т.к. отечественное производство и экспорт отсутствуют (или незначительны) (расчет представлен в таблице ниже).

Таблица 36. Расчет потребления сибаса, дорады и тилапии в России (без учета товаров-заменителей)

Виды рыб	Емкость рынка, тонн	Потребление, кг/чел. в год ¹	Общее потребление рыбы, кг/чел. в год	Доля от общего потребления рыбы
Дорадо	*	*	22	*
Сибас	*	*	22	*
Тилапия	*	*	22	*

Цены

Анализ прайс-листов оптовых компаний показал, что средние оптовые цены дорады и сибаса практически равны и составляют соответственно ...руб./кг и ... руб./кг. Цены реализации тилапии более чем в 2 раза ниже – ... руб./кг.

Если сравнить результаты аудита розничной торговли, то получается, что филе тилапии примерно стоит столько же. Скорее всего, это обосновано большими наценками на данный вид рыб со стороны розничной торговли.

Рынок сбыта продукции

География и емкость рынка сбыта продукции

Сбыт продукции планируется в городах-миллионниках. Это обосновано наличием платежеспособного спроса в данных городах, в первую очередь в Москве. Расчет емкости рынка сбыта по видам рыб представлена в таблице ниже.

Таблица 37. Расчет емкости рынка сбыта по городам (без учета товаров-заменителей)

№	Город	Население, тыс. чел.	Итого потребление в год					
			Тилапия		Сибас		Дорадо	
			тонн	%	тонн	%	тонн	%
1	Москва	11 844	*	37,1%	*	37,1%	*	37,1%
2	Санкт-Петербург	5 028	*	15,7%	*	15,7%	*	15,7%
3	Новосибирск	1 524	*	4,8%	*	4,8%	*	4,8%
4	Екатеринбург	1 396	*	4,4%	*	4,4%	*	4,4%
5	Нижний Новгород	1 260	*	3,9%	*	3,9%	*	3,9%
6	Казань	1 176	*	3,7%	*	3,7%	*	3,7%
7	Самара	1 172	*	3,7%	*	3,7%	*	3,7%
8	Омск	1 161	*	3,6%	*	3,6%	*	3,6%
9	Челябинск	1 156	*	3,6%	*	3,6%	*	3,6%
10	Ростов-на-Дону	1 104	*	3,5%	*	3,5%	*	3,5%
11	Уфа	1 078	*	3,4%	*	3,4%	*	3,4%
12	Волгоград	1 019	*	3,2%	*	3,2%	*	3,2%
13	Красноярск	1 016	*	3,2%	*	3,2%	*	3,2%
14	Пермь	1 014	*	3,2%	*	3,2%	*	3,2%
15	Воронеж	1 004	*	3,1%	*	3,1%	*	3,1%
Итого:		32 952	*	100%	*	100%	*	100%

¹ На 1 января 2014 года по оценке Росстата в России было 143 666 931 постоянных жителей

Исходя из примерного расчета емкости, **Проект сможет полностью обеспечить города-миллионники дорадой и сибасом, тилапией - на ...%. В целом по России Проект сможет обеспечить ...-...% рынка дорадой и сибасом и только ...% - тилапией.**

Примечание

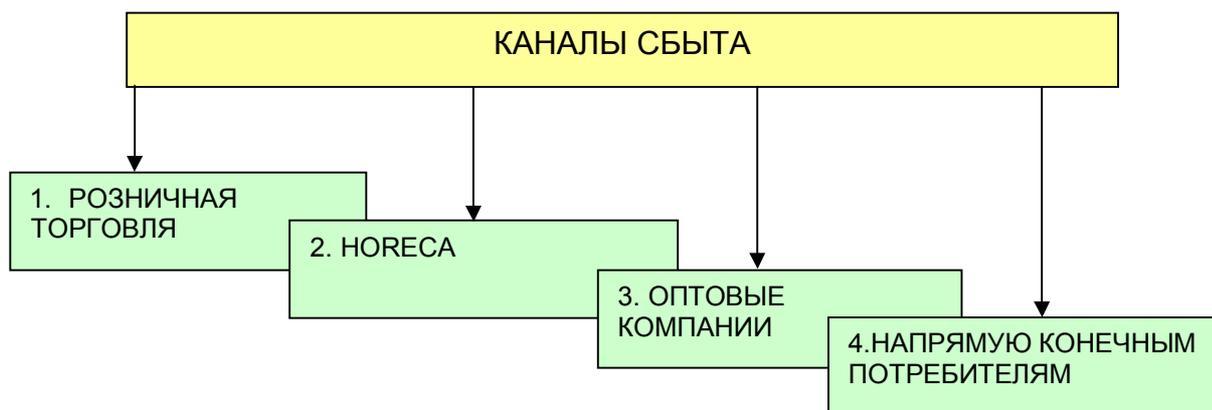
Анализируя рынок целевых видов рыб можно провести аналогию с российским рынком мяса индейки. То есть производство и потребление индейки в России на душу населения было небольшое (среднедушевое потребление в 2010 году составляло 0,8 кг, сейчас чуть более 1 кг на человека в год), в среднем в разы меньше, чем в Европейских странах (потребление продуктов из индейки в Европе составляет 4-6 кг, в Великобритании - 7 кг/год, в США - 9 кг/год, в Израиле 15 кг на человека в год).

Но при этом самым привлекательным рынком была и остаётся Москва, потом Санкт-Петербург, потом другие города-миллионники. В результате с открытием новых производств и росте показателя отечественного производства в несколько раз (с 2006 года по 2012 более чем в 3 раза) все производители стремились в Москву и другие крупные города. И только сейчас по мере роста конкуренции, по мере постепенного насыщения крупных городов начинается экспансия производителей в регионы. Во многих крупных областных центрах мясо индейки только появляется, в райцентрах ее нет вообще, соответственно, это большой резерв сбыта. Стоит отметить, что более быстрое развитие рынка мяса индейки в крупных городах связано и с более высоким уровнем развития сетевой розничной торговли.

Каналы сбыта

Основные каналы сбыта представлены на рисунке ниже.

Рис. 61. Каналы сбыта продукции



Оптовые компании – промежуточный канал сбыта при поставках вышеперечисленным группам. Что касается импортеров, то они, если не являются одновременно оптовиками, представляют собой не канал сбыта, а формального конкурента производителю.

Исследование показало, что, как и планировалось в рамках Проекта, целесообразно организовать реализацию продукции через крупные оптовые компании, которые имеют налаженный сбыт в сетевую розницу.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ВВЕДЕНИЕ
 - 1.1. ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА
 - 1.2. МЕТОДОЛГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ
 - 1.3. ИНИЦИАТОР ПРОЕКТА
2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕДМЕТА ИССЛЕДОВАНИЯ
3. ПОЛОЖЕНИЕ ДЕЛ В ОТРАСЛИ
 - 3.1. ПРИМЕЧАНИЕ
 - 3.2. ХАРАКТЕРИСТИКА РЫБНОЙ ОТРАСЛИ
 - 3.2.1. ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ, ОБЪЕМ ПРОИЗВОДСТВА
 - 3.2.2. ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ
 - 3.3. РАЗВИТИЕ АКВАКУЛЬТУРЫ В РОССИИ И В МИРЕ
 - 3.4. ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА РЫБ ВИДОВ ДОРАДО, СИБАС И ТИЛЯПИЯ
 - 3.4.1. ПРОИЗВОДСТВО
 - 3.4.2. ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ
 - 3.4.2.1. ОБЩИЕ ДАННЫЕ
 - 3.4.2.2. АНАЛИЗ ИМПОРТА ТИЛЯПИИ
 - 3.4.2.3. АНАЛИЗ ИМПОРТА СИБАСА
 - 3.4.2.4. АНАЛИЗ ИМПОРТА ДОРАДЫ
 - 3.4.3. ОЦЕНКА ЕМКОСТИ РЫНКА
 - 3.4.4. АНАЛИЗ ЦЕН
 - 3.4.5. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА
 - 3.5. ПОСТАВЩИКИ РЕСУРСОВ
 - 3.5.1. ПОСТАВЩИКИ КОРМОВ
 - 3.5.2. ПОСТАВЩИКИ ОБОРУДОВАНИЯ ДЛЯ УЗВ
4. АНАЛИЗ РЫНКА СБЫТА
 - 4.1. ГЕОГРАФИЯ СБЫТА
 - 4.2. ЕМКОСТЬ РЫНКА СБЫТА
 - 4.3. АНАЛИЗ АУДИТА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ
 - 4.3.1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ
 - 4.3.2. РЕЗУЛЬТАТЫ АУДИТА ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ РОСТОВА-НА-ДОНУ
 - 4.3.3. РЕЗУЛЬТАТЫ АУДИТА ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ САМАРЫ
 - 4.3.4. РЕЗУЛЬТАТЫ АУДИТА ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ МОСКВЫ
 - 4.3.5. РЕЗУЛЬТАТЫ АУДИТА ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА
 - 4.3.6. ОБЩИЙ АНАЛИЗ АУДИТА КРУПНЫХ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ
5. МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ
 - 5.1. ОСНОВНЫЕ МЕРЫ ПО ВЫХОДУ ПРЕДПРИЯТИЯ НА РЫНОК
 - 5.2. ПОЛИТИКА ДИСТРИБУЦИИ И ПОЛИТИКА КОНКУРЕНТНОЙ БОРЬБЫ

ВЫВОДЫ

Список таблиц

- Таблица 1. ТОП-10 основных российских регионов по производству рыбы живой, свежей или охлажденной в 2011-2012 г.г.
- Таблица 2. Сводные данные об импорте и экспорте рыбы
- Таблица 3. Динамика импорта тилапии за 2011-2013 гг.
- Таблица 4. Доли ведущих поставщиков тилапии в 2011-2013 гг.
- Таблица 5. Доли ведущих производителей импортной тилапии в 2011-2013 гг.
- Таблица 6. Основные компании-импортёры тилапии в 2011-2013 гг.
- Таблица 7. Динамика импорта сибаса за 2011-2013 гг.
- Таблица 8. Ведущие страны–торговые партнёры, в денежном выражении
- Таблица 9. Доли ведущих поставщиков сибаса в 2011-2013 гг.
- Таблица 10. Ведущие страны производители сибаса, в денежном выражении
- Таблица 11. Доли ведущих производителей импортного сибаса в 2011-2013 гг.
- Таблица 12. Основные компании-импортёры сибаса в 2011-2013 гг.
- Таблица 13. Динамика импорта дорады за 2011-2013 гг.
- Таблица 14. Страны-поставщики и производители дорады
- Таблица 15. Основные компании-импортёры дорады в 2011-2013 гг.
- Таблица 16. Доли рыбы по типам разделки и термическому состоянию, в денежном выражении
- Таблица 17. Расчет потребления сибаса, дорады и тилапии в России (без учета товаров-заменителей)
- Таблица 18. Расчет примерной оптовой цены реализации
- Таблица 19. Расчет средневзвешенной оптовой цены реализации, руб./кг
- Таблица 20. Динамика средних цен за 2011-2013 гг.
- Таблица 21. Доли наиболее представленных видов рыб, % (по количеству позиций от всего ассортимента)
- Таблица 22. Удаленность городов-миллионников от мест производства, некоторые социальные показатели
- Таблица 23. Расчет емкости «первой зоны» рынка сбыта по городам
- Таблица 24. Минимальные, максимальные и средневзвешенные цены на некоторые виды рыбной продукции
- Таблица 25. Минимальные, максимальные и средневзвешенные цены на некоторые виды рыбной продукции
- Таблица 26. Минимальные, максимальные и средневзвешенные цены на некоторые виды рыбной продукции
- Таблица 27. Минимальные, максимальные и средневзвешенные цены на некоторые виды рыбной продукции
- Таблица 28. Доли наиболее представленных видов рыб, % (по количеству позиций от всего ассортимента)
- Таблица 29. Выявленные в ходе проведения аудита торговых сетей ТМ и СТМ рыбы и их производители
- Таблица 30. Доли различных видов упаковки рыбной продукции по результатам аудита торговых сетей
- Таблица 31. Средневзвешенные цены на некоторые виды рыбной продукции в торговых сетях 4 исследованных городов
- Таблица 32. 20 регионов России с наиболее высокой долей торговых сетей в розничной торговле *
- Таблица 33. Крупнейшие торговые сети, представленные в России
- Таблица 34. Краткое описание торговых сетей
- Таблица 35. Краткие профили наиболее крупных оптовиков/импортеров
- Таблица 36. Расчет потребления сибаса, дорады и тилапии в России (без учета товаров-заменителей)
- Таблица 37. Расчет емкости рынка сбыта по городам (без учета товаров-заменителей)

Список рисунков

- Рис. 1. Динамика потребления рыбы и рыбной продукции в России, кг на душу населения в год
Рис. 2. Объем добычи (вылова) водных биоресурсов в 2000-2013 гг. (тыс. тонн)
Рис. 3. Динамика производства рыбы живой, свежей и охлажденной в России в 2010-2013 гг., тыс. тонн
Рис. 4. Производство продукции аквакультуры в России, тыс. тонн/год
Рис. 5. Производство продукции аквакультуры в мире, млн. тонн/год
Рис. 6. Объемы выпуска продукции аквакультуры стран-лидеров и России в 2012 г., тыс. тонн
Рис. 7. Структура мирового производства аквакультуры по странам-лидерам в 2012 г., тыс. тонн
Рис. 8. Динамика импорта тилапии за 2011-2013 гг., тонн
Рис. 9. Динамика импорта тилапии за 2011-2013 гг., млн долл. США
Рис. 10. Доли стран-торговых партнёров, в денежном выражении
Рис. 11. Доли ведущих поставщиков
Рис. 12. Доли ведущих производителей импортной тилапии в 2011-2013 гг.
Рис. 13. Региональная структура импорта, в денежном выражении
Рис. 14. Доли ведущих импортёров
Рис. 15. Динамика импорта сибаса за 2011-2013 гг., тонн
Рис. 16. Динамика импорта сибаса за 2011-2013 гг., млн долл. США
Рис. 17. Доли стран-торговых партнёров, в денежном выражении
Рис. 18. Доли ведущих поставщиков, в денежном выражении
Рис. 19. Доли стран-производителей импортного сибаса
Рис. 20. Доли ведущих производителей импортной сибаса в 2011-2013 гг.
Рис. 21. Доли ведущих импортёров сибаса, в денежном выражении
Рис. 22. Структура импорта сибаса по видам обработки, в денежном выражении
Рис. 23. Доли рыбы по типам разделки, в денежном выражении
Рис. 24. Динамика импорта дорады за 2011-2013 гг., тонн
Рис. 25. Динамика импорта дорады за 2011-2013 гг., млн долл. США
Рис. 26. Доли стран-торговых партнёров и производителей, в денежном выражении
Рис. 27. Доли ведущих импортёров, в денежном выражении
Рис. 28. Города-миллионники России
Рис. 29. Ассортимент рыбной продукции в торговых сетях Ростова-на-Дону
Рис. 30. Доли видов рыб в общем ассортименте магазинов сетей Ростова-на-Дону
Рис. 31. Типы разделки рыбы
Рис. 32. Доли брендированной и небрендированной рыбной продукции в торговых сетях Ростова-на-Дону
Рис. 33. Производители рыбной продукции
Рис. 34. Распределение продукции по типам упаковки
Рис. 35. Ассортимент рыбной продукции в торговых сетях Самары
Рис. 36. Доли видов рыб в общем ассортименте магазинов сетей Самары
Рис. 37. Типы разделки рыбы
Рис. 38. Доли брендированной и небрендированной рыбной продукции в торговых сетях Самары
Рис. 39. Наиболее представленные торговые марки рыбной продукции
Рис. 40. Страны-производители
Рис. 41. Распределение продукции по типам упаковки
Рис. 42. Ассортимент рыбной продукции в торговых сетях Москвы
Рис. 43. Доли видов рыб в общем ассортименте магазинов сетей Москвы
Рис. 44. Типы разделки рыбы
Рис. 45. Наиболее представленные торговые марки рыбной продукции
Рис. 46. Страны-производители
Рис. 47. Распределение продукции по типам упаковки
Рис. 48. Ассортимент рыбной продукции в торговых сетях Санкт-Петербурга
Рис. 49. Доли видов рыб в общем ассортименте магазинов сетей Санкт-Петербурга
Рис. 50. Типы разделки рыбы
Рис. 51. Наиболее представленные торговые марки рыбной продукции
Рис. 52. Страны-производители
Рис. 53. Распределение продукции по типам упаковки
Рис. 54. Средний ассортимент рыбной продукции в обследованных торговых сетях 4 городов
Рис. 55. Представленность некоторых видов рыбы в торговых сетях обследованных городов
Рис. 56. Типы разделки рыбы
Рис. 57. Каналы сбыта продукции
Рис. 58. Структура оборота розничной торговли России по федеральным округам в январе-сентябре 2013 года
Рис. 59. Региональная структура оборота розничной торговли России в январе-сентябре 2013 года

Рис. 60. Производство продукции аквакультуры в России, тыс. тонн/год

Рис. 61. Каналы сбыта продукции

(Рисунки 60 и 61 находятся в выводах и дублируют рисунки, уже имеющиеся в тексте)

Список приложений

ПРИЛОЖЕНИЕ 1. ПРОЧИЕ ПОСТАВЩИКИ КОРМОВ ДЛЯ РЫБ

ПРИЛОЖЕНИЕ 2. ПРОЧИЕ ПОСТАВЩИКИ ОБОРУДОВАНИЯ ДЛЯ УЗВ

ПРИЛОЖЕНИЕ 3. ПРАЙС-ЛИСТЫ И КОММЕРЧЕСКИЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ НА ПОСТАВКУ РЫБНОЙ ПРОДУКЦИИ

ПРИЛОЖЕНИЕ 4. ПРОЧИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ АНАЛИЗА ТАМОЖЕННОЙ СТАТИСТИКИ

ПРИЛОЖЕНИЕ 4.1. МАТЕРИАЛЫ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ АНАЛИЗА ТАМОЖЕННОЙ СТАТИСТИКИ ТИЛЯПИИ

ПРИЛОЖЕНИЕ 4.2. МАТЕРИАЛЫ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ АНАЛИЗА ТАМОЖЕННОЙ СТАТИСТИКИ СИБАСА

ПРИЛОЖЕНИЕ 4.3. МАТЕРИАЛЫ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ АНАЛИЗА ТАМОЖЕННОЙ СТАТИСТИКИ ДОРАДЫ

ПРИЛОЖЕНИЕ 5. РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСОВ

- ООО «Шквал»
- ООО «Амаре»
- ЗАО «Русская рыбная компания»
- ООО «Ла Маре»
- ООО «Ленморепродукт»
- ООО «Велес»
- ООО «Балтийская торговая компания»

ПРИЛОЖЕНИЕ 6. РЕЗУЛЬТАТЫ АУДИТА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

ПРИЛОЖЕНИЕ 6.1. РЕЗУЛЬТАТЫ АУДИТА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В Г. САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

ПРИЛОЖЕНИЕ 6.2. РЕЗУЛЬТАТЫ АУДИТА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В Г. МОСКВА

ПРИЛОЖЕНИЕ 6.3. РЕЗУЛЬТАТЫ АУДИТА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В Г. РОСТОВ-НА-ДОНУ

ПРИЛОЖЕНИЕ 6.4. РЕЗУЛЬТАТЫ АУДИТА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В Г. САМАРА

ПРИЛОЖЕНИЕ 7. НЕКОТОРЫЕ ПОСТАВЩИКИ ПРОДУКЦИИ ИЗ РЫБЫ, ВИДОВ ТИЛЯПИЯ, ДОРАДО И СИБАС В РОССИИ

ПРИЛОЖЕНИЕ 8. РЕГИОНЫ РОССИИ С НАИБОЛЕЕ ВЫСОКОЙ ДОЛЕЙ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

О ГРУППЕ КОМПАНИЙ «АГРИКОНСАЛТ»

Группа компаний «Агриконсалт» включает:



ООО «Агриконсалт»



ООО «Русмаркетконсалтинг»

ГК «Агриконсалт» - это специализированная консультационная организация, созданная в 1994 году и ориентированная на оказание комплекса консалтинговых и маркетинговых услуг в области сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности.

Наши услуги:

1. БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ

- Для прогнозирования развития предприятия (для топ-менеджеров и акционеров);
- Для привлечения внешнего финансирования (для банков и инвесторов).

Вся документация готовится согласно требованиям и рекомендациям международной организации промышленного развития UNIDO (United Nations Industrial Development Organization), Министерства экономического развития РФ, ведущих банков России.

Нами ежегодно разрабатываются десятки бизнес-планов, в том числе по крупным проектам с объемом инвестиций свыше 2 миллиардов рублей. По значительной части проектов нашими клиентами получено финансирование, проекты успешно реализованы.

2. УСЛУГИ В ОБЛАСТИ МАРКЕТИНГА

2.1. Маркетинговые исследования

Компания проводит исследования по следующим направлениям преимущественно в сегменте промышленного и аграрного рынков (B2B):

- анализ текущей позиции компании на рынке;
- определение емкости и потенциала рынка;
- анализ цен и ценообразование;
- оценка конкурентоспособности продуктов и проектов;

- анализ конкурентной среды;
- исследование потребителей, оценка потребительских предпочтений;

2.2. Разработка маркетинговой стратегии

Маркетинговая стратегия предприятия разрабатывается специалистами нашей компании с учетом комплекса факторов, таких как ситуация, сложившаяся на рынке, влияние внешнего окружения, приоритеты развития компании, внутренние ресурсы фирмы и т.д.

3. УСЛУГИ В ОБЛАСТИ ФИНАНСОВ

- Постановка управленческого учета и бюджетирования
- Разработка финансово-экономических моделей

4. ИНФОРМАЦИОННЫЕ УСЛУГИ

Базы данных и справочники предприятий агропромышленного комплекса и другие.

Наши клиенты:

Мы работаем с различными организациями практически во всех регионах России, имеющими интересы в сфере производства, переработки и распределения продовольствия, а также производства технических культур, рыбоводства и лесопереработки.

В области разработки бизнес-планов, стратегий развития и проведения маркетинговых исследований эксперты группы «Агриконсалт» успешно сотрудничали с такими крупными компаниями, как «Россельхозбанк», «Еврохим», «Фреш Фуд» («Мясокомбинат «Всеволожский»), «Московское оптово-розничное объединение» (МОРО), «Пит-Продукт», "Титан-Агро", «Талекс Агро», «Агрохолдинг «Пулковский», «Великолукский молочный комбинат», «Новгородский бекон», и другими.