

Исследования маркетингового агентства
Step by Step



Сегодня рынок пряностей развивается очень динамично. Появляются новые игроки, расширяют свой ассортимент уже зарекомендовавшие себя компании. И хотя этот рынок можно считать сформировавшимся, но в целом он открыт для новых игроков, исключение составляет лишь дистрибуторский сектор. Это связано со сложностью поставок сырья, то есть специй без обработки, на российский рынок. Но, несмотря на определенные сложности, рынок пряностей является очень привлекательным за счет своей рентабельности.

ЧТО ЕСТЬ ЧТО?

Пряности - это разнообразные части растений, обладающие специфическим устойчивым ароматом, разной степенью жгучести и отчасти привкусом. Будучи употреблены в крайне малых дозах в качестве добавок к пище, они способны придать любому пищевому продукту эти свои свойства и изменить тем самым его вкус в желательном направлении, а также повысить сохранность (консервацию) пищевых продуктов и содействовать наилучшему усвоению их организмом.

Специями называют наборы наиболее ходовых пряностей и приправ. Они способны изменять вкус пищи значительно, а не в нюансах, как это свойственно пряностям: соленый, сладкий, острый. Специи способны также полностью обезвкусить, опреснить продукт. В целом они уплотняют консистенцию блюд, а некоторые из них делают консистенцию рыхлой. Их присутствие в пище заметно, оно измеряется граммами, но не выходит за пределы десятков граммов.

Приправы - это смеси нескольких ингредиентов. В зависимости от сложности приготовления приправы делятся на простые и сложные. Приправы способны сделать консистенцию блюда мягче, нежнее, приятнее для еды. В противоположность специям и пряностям приправы нуждаются в специальном приготовлении, а также требуют особых условий хранения, подвержены сравнительно быстрой порче.

СЕЗОННОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ РОССИЙСКОГО РЫНКА СПЕЦИЙ И ПРИПРАВ

Пряности и специи имеют сезонность сбора. Одни собираются раз в год, другие - 2-3 раза в год. В связи с этим при пике доставки на рынок наблюдается избыток сырья, а перед сбором следующего урожая - его недостаток. Компании, занимающиеся поставкой специй на российский рынок, почти год работают на одной или нескольких поставках сырья. Иногда вследствие непредусмотренного повышения спроса цены на пряности увеличиваются в 2-3 раза. Большое значение на этом рынке имеют последствия стихийных бедствий, неурожаев в регионе произрастания пряностей. К сожалению, страны - производители специй часто подвержены таким бедствиям, вследствие этого цены на товары еще больше повышаются.

На территории РФ растет несколько видов пряностей и трав, но в основном они используются в свежем виде, только кориандр и горчица подвергаются сушке и дальнейшей обработке. Традиционными для России специями являются базилик, гвоздика, корица, красный и черный перец, кунжут, лавровый лист, мускатный орех, мята, розмарин, тмин. Редкие и экзотические пряности, такт I как, например, калган, можжевельник, розовый перец, шафран и некоторые другие, имеют спрос в основном в ресторанном секторе.

В то же время все более популярными становятся ранее не известные обычному потребителю специи, такие как кардамон, тимьян I и другие, а также готовые смеси специй. Это могут быть как смеси специй, свойственные какому-либо определенному региону, например итальянская, азербайджанская и т.к., так и смеси специй для определенных блюд - для плова, шашлыка, жарки мяса и т.п. Кроме того, на рынке присутствуют универсальные смеси специй, разработанные непосредственно самими производителями.

В зависимости от региона проживания люди потребляют разное количество того или иного вида специй и приправ, что во многом определяется социально-экономическим положением региона, его особенностями и стилем жизни населения.

Если проанализировать региональный уровень потребления сухих приправ, то наиболее привлекательными с точки зрения продаж являются Центральный и Северо-Западный округа, доли которых в общем объеме потребления составляют 48 и 18% соответственно. Меньше всего эту продукцию покупают жители Южного региона, поскольку они имеют возможность выращивать собственные пряности.

Местные пряности - это пряности, в большинстве своем имеющие исторически и географически гораздо меньший диапазон применения либо употребляемые исключительно на месте, то есть вблизи места производства, и не выдерживающие дальних перевозок. При этом существенное значение имеет то, какая часть растения используется в пищу, так как это влияет на длительность хранения и характер транспортировки, а тем самым и на степень распространенности в кулинарном производстве. Таким образом, местные пряности делятся на пряные овощи и пряные травы.

Пряные овощи географически распространены гораздо шире - почти повсеместно, и в кулинарии они находят более широкое применение, чем пряные травы. Пряные овощи относятся исключительно к культурным растениям и в свою очередь, подразделяются на корнеплоды и луковичы,

причем у тех и других основные используемые части - подземные, хотя в ряде случаев используются и надземные.

У пряных трав, например у укропа, петрушки, базилика, используется исключительно надземная часть, обычно ее верхняя треть, то есть листья с цветами. Пряные травы могут быть культивируемыми (садовыми) и дикорастущими, причем многие садовые имеют дикорастущие соответствия. Общим характерным отличием дикорастущих трав от садовых является то, что первые более резки и сильны по запаху, чем вторые. Зато вторые более рослы, дают больше зеленой массы. Это обуславливает известные различия в методе применения садовых и дикорастущих пряных трав. Садовые травы применяют главным образом и свежем виде, дикорастущие сушат впрок.

Следует отметить, что в число крупных сегментов рынка свежие специи, пряности и приправы не входят.

ИМПОРТ И ЭКСПОРТ СПЕЦИЙ И ПРИПРАВ

И в натуральном выражении наибольший объем импорта специй и приправ приходится на Вьетнам и Индию - 25,4 и 11,4% соответственно, в то же время в стоимостном выражении лидируют Австрия и Словакия - 22,7 и 19,6% соответственно (*табл. 1*).

Продукция, импортируемая из Австрии и Словакии, - более дорогая и поэтому имеет большую стоимость при меньшем объеме импорта, нежели продукция, ввозимая из Вьетнама и Индии.

Абсолютным лидером по экспорту из России - и в натуральном, и в стоимостном выражениях - является Казахстан (*табл. 2*).

Со странами, следующими за лидером, все не так однозначно. Так, вторую позицию в натуральном выражении занимают Нидерланды, а в стоимостном - Монголия.

На каждую из других стран приходится менее 10% объема российских поставок специй и приправ как в натуральном, так и в стоимостном выражении.

ИГРОКИ РОССИЙСКОГО РЫНКА СПЕЦИЙ И ПРИПРАВ

Сегодня на российском рынке специй появились отечественные компании, которые занимаются поставками специй и пряностей для производств. Бэтой отрасли зарекомендовали себя следующие компании: московские - ООО «АБ-Маркет», ООО «Австрия Спайс» ООО «ГЦ «Вымпел». ООО «Ланит-99», ИЛ «Промпоставка-М»; петербургские - ЗАО «Время и К», ООО «ГК «Интер-технологии региональные» - ООО «Фирма «Арома-Люк (Екатеринбург) и другие.

Таблица 1. СТРУКТУРА ИМПОРТА СПЕЦИЙ И ПРИПРАВ ПО СТРАНАМ, %

СТРАНЫ ОБЪЕМЫ ИМПОРТА

	в натуральном выражении	в стоимостном выражении
Австрия	5,3	22,7
Словакия	3,4	19,6
Вьетнам	25,4	7,1
Литва	7,4	6,8
Украина	6,7	6,2
Польша	2	5
Индия	11,4	4,7
Китай	5,7	3,9
Узбекистан	4,4	2,7
Нидерланды	3	2,5
Другие	25,5	18,7

Источник: ФТС, 2007 год.

Что касается потребительского рынка специй и приправ, то в последние несколько лет на нем отмечается тенденция роста в среднем и верхнем ценовых сегментах, что отчасти обусловлено ростом доходов населения и улучшением его благосостояния в целом.

Подводя итоги обзора российского рынка специй и приправ, необходимо отметить, что явный рынок уже сформирован и в настоящий момент выйти на него достаточно сложно. В первую очередь это связано с оплатой ввоза. Для лучшего понимания представим ему движения продукции. Российская компания - производитель специй и приправ закупает у зарубежного поставщика сырье, полностью его оплачивая, тем компания оплачивает транспортировку сырья в Россию. Обычно дорога из страны поставщика до склада компании в России занимает от 2 до 3 месяцев, а иногда и больше. После поступления сырья на склад компания проходит необходимую обработку и фасовку. Полученный объем товара и составляет основной ассортимент компании почти на целый год - до следующих поставок/урожаев.

Основная сложность состоит в том, что производства требуют достаточно больших объемов поставок, причем отгруженный товар клиентами оплачивается не сразу. Таким образом, возникают ситуации, когда у покупателей компании накапливаются огромные кредиторские задолженности.

Таблица 2. СТРУКТУРА ЭКСПОРТА СПЕЦИЙ И ПРИПРАВ ПО СТРАНАМ, %

СТРАНЫ ОБЪЕМЫ ЭКСПОРТА

	в натуральном выражении	в стоимостном выражении
Казахстан	27,3	52,1
Монголия	3,9	14
Нидерланды	17,2	7,1
Азербайджан	1,2	3,7
Индия	8,8	2,9
Италия	0,9	2,3
Германия	2,2	2,3
США	6,6	2,2
Литва	6,4	1,9
Узбекистан	5,8	1,7
Другие	19,7	1,7

Источник: ФТС, 2007 год.

Review of Russian Market of Spices/Herbs and Seasonings

Today the market of spices/herbs and seasonings is bright and dynamic. The number of newcomers continuously grows while well-known operators extend their product lines. In general, the review market is open for newcomers except for distributor sector due to challenges of raw spice supplies to Russia. Still, despite certain difficulties, market of spices/herbs and seasonings is very attractive in terms of profitability.

WHAT IS WHAT?

Spices/herbs - is a dried seed, fruit, root, bark or gelative substance with specific lasting flavor, certain tmg, and various grades of spicy-hot properties. Spices/herbs are used in nutritionally insignificant quantities as a food additive for the purpose of flavoring, better digestion of ready meals and sometimes as a preservative killing or preventing the growth of harmful bacteria.

Spices/basics are most common spices and basic odstuff. Substances of this group have no flavor and can drastically change food taste into salty, sweet, or hot (not just adding a flavor like spices/herbs do). These substances can completely deprive food of any taste. In general, they make food thicker, though some of them make food doughy. Presence of several grams of spices/basics in food is obvious.

Seasonings mixes made on several ingredients. Depending on recipe/preparation method seasonings can be simple and complex. Seasonings can make food tenderer, softer and more agreeable for eating. Unlike spices/herbs and basics they require special preparation, storage conditions and have shorter shelf life.

SEASONALITY AND PECULIARITIES OF RUSSIAN MARKET OF SPICES/HERBS AND SEASONINGS

Harvesting of spices and herbs is seasonal. Some of them are harvested once a year, others - 2-3 times a year. Therefore during peak supplies the market suffers excess offer of raw spices while the eve of a new crop always means deficit of raw spices. Companies importing spices to Russia work on one or several supplies almost all year through. Sometimes unexpected increase of demand makes the prices for the review category double or even triple. For instance, price increase for coconut flakes and poppy seeds is typical for Easter eve, for coriander - in early spring, and for black pepper - in autumn. Natural hazards and disasters as well as bad crops in the areas of spice growing have serious impact on prices. Unfortunately, countries growing spices very often are subject to the said events and every such occasion leads to price increase.

There are several spices and herbs growing in Russia but they are mainly used fresh and only coriander and mustard are dried and further processed. Spices/herbs traditionally used in Russia are sweet basil, cloves, cinnamon, cayenne and black pepper, sesame seeds, bay leaf, nutmeg, mint, rosemary, and caraway.

Rare and exotic spices like licorice root, juniper seeds, mace, pink pepper, saffron, and some others are rarely demanded by mass consumers being required in HoReCa. However the recent trend is increasing popularity of unusual and formerly unknown to mass consumers spices and herbs - for instance, cardamom, thymes, etc. and also specialty spice mixtures either national (Italian, Azerbaijan, etc.) or made-up for certain meals (forpilaw, shashlyk, steak, etc.). Besides, manufacturers develop and offer their own universal spice mixtures.

People consume different quantities of this or that spice/herb/seasoning depending on region of residence with importance of such factors as social situation of the area, its economics, cultural specifics and peoples' lifestyles.

Analysis of dry spices/herbs consumption by different regions of Russia shows that Central, and North-West Federal Districts are most promising distribution markets providing 48 and 18% of overall, consumption volume respectively. The lowest consumption volume of dry spices/herbs is observed in South Federal District where people use to grow fresh herbs.

Local spices/herbs as a rule have limited application spheres - this might be determined historically or geographically; some of local spices/herbs cannot be shipped, being perishable and thus are consumed only locally.

Thus, local spices/herbs are mainly used fresh. It makes difference what part of plant is used - this determines shelf life and applicable transfer and therefore geographical spread and usage in cooking and food processing industry. Local spices split into spicy vegetables and herbs.

Spicy vegetables are wider spread - available almost everywhere - and are more often used in cooking as compared to spicy herbs. Practically all spicy vegetables are

cultivated. Spicy herbs - like dill, parsley, sweet basil - as a rule yield above-ground parts, i.e. leaves and flowers. Spicy herbs can be cultivated, (garden) or wild-grown; very often garden herbs have wild-grown varieties.

It should be mentioned that fresh spices, herbs and seasonings are not among large markets.

IMPORT AND EXPORT OF SPICES/HERBS

In volume terms most important importers of spices/herbs are Vietnam and India with 25.4 and 11.4% respectively. Meanwhile in value terms the leaders are Austria and Slovakia with 22.7 and 19.6% respectively. Austria and Slovakia supply more expensive products in comparison to Vietnam and India which determines disparity of countries' shares in import volume and value.

Clear leader of spices/herbs export - both in volume and value - is Kazakhstan. Other countries follow the leader either in volume or value ratings. For instance, second important exporter in volume is Netherlands and in value - Mongolia. Each of the rest spices/herbs exporting countries has less than 10% both in volume and value.

OPERATORS OF RUSSIAN MARKET OF SPICES/HERBS AND SEASONINGS

Recently domestic companies started bulk supplies of spices/herbs for further processing in Russia and supplies to food processing industry. Most important operators in this sphere are Moscow companies - "AB-Market" LLC, "Austria-Spice" LLC, "ТC "Vimpel (Ensign)" LLC, "Lanil-99" LLC, "Prompostaxika-M" CJSC; Saint Petersburg companies - "VremyaiKfTime & Co)" CJSC, "OK "Inlertekhnologiya" LLC; regional - "Firma (Firm) "Aroma-Luxe" LLC (Yekaterinburg) and others.

Over recent two years consumer market of spices/herbs and seasonings demonstrated growth trend in standard and high price segments which was partially related to income increase and general affluence growth.

Summing up, we'd like to highlight that Russian market of spices/herbs and seasonings is mature already and thus entrance-resistant. This is first of all related to challenges of foreign and domestic trade. This is how things work on the review market.

A Russian company - manufacturer of spices/herbs and seasonings - buys raw spices from a foreign supplier on 100% prepayment terms. Then this Russian company pays for transfer of raw spices to Russia; shipment from exporting country to stock-house in Russia takes 2 to 3 months, sometimes more. In Russia raw spices are processed and packed. The company will be working with this supply until next crop.

Main problem, is that, food processing industry requires significant quantities of spice meanwhile pay; meat terms on domestic market, usually imply delayed payment which leads to impressive trade liabilities.

Марина Агафонова

STEP BY STEP

Группа Компаний Step by Step

Исследовательская и консалтинговая компания, предлагающая полный комплекс услуг в области маркетинговых и социологических исследований, управленческого и маркетингового консалтинга.

В группу компаний входят:

- колл-центр "Market Phone"
- "Step by Step Консалтинг"
- "Step by Step Исследования"
- Аналитический центр "Step by Step"
- Подразделение "Step by Step Недвижимость"

125047, Россия, Москва, ул. Чаянова, д. 15 корп. 5, офисы 913-917
Телефон: +7 (495) 250-61-74, 226-02-96
<http://www.step-by-step.ru/>, e-mail: info@step-by-step.ru