

РОССИЙСКИЙ РЫНОК СПЕЦИЙ, ПРИПРАВ И ПРЯНОСТЕЙ (ОБНОВЛЕНИЕ)

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

Данное исследование подготовлено MA Step by Step исключительно в информационных целях. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. MA Step by Step не дает гарантии точности и полноты информации для любых целей. Информация, содержащаяся в исследовании, не должна быть прямо или косвенно истолкована покупателем, как рекомендательная к вложению инвестиций. MA Step by Step не несет ответственности за убытки или ущерб, причиненный вследствие использования информации исследования третьими лицами, а так же за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Данные материалы не могут распространяться без разрешения MA Step by Step.

**Дата выпуска отчета:
Сентябрь 2010 г.**

г. Москва

STEP BY STEP



Содержание	
Аннотация.....	5
Полное содержание исследования	6
<i>Список диаграмм</i>	<i>8</i>
<i>Список таблиц.....</i>	<i>9</i>
<i>Список схем</i>	<i>9</i>
Выдержки из исследования.....	10
Описание влияющих Рынков.....	11
<i>Рынок растениеводства</i>	<i>11</i>
Сегментация рынка	11
Объемы рынка	11
Сегментация рынка.....	12
<i>Определение продукции</i>	<i>12</i>
<i>Сегментирование продукции по основным наименованиям.....</i>	<i>12</i>
<i>Сегментирование Продукции по видам упаковки</i>	<i>12</i>
<i>Область применения специй и приправ</i>	<i>12</i>
<i>Ценовое сегментирование Продукции.....</i>	<i>13</i>
<i>Тенденции различных сегментах Продукции</i>	<i>13</i>
Основные количественные характеристики Рынка	14
<i>Объемы рынка.....</i>	<i>14</i>
<i>Влияние сезонности на Рынок.....</i>	<i>14</i>
Сбытовая структура Рынка	15
<i>Цепочка движения товара.....</i>	<i>15</i>
<i>Краткое описание основных сегментов участников Рынка.....</i>	<i>15</i>
Производители Продукции	15
Дистрибьюторы продукции	15
Розничный сектор	15
<i>Основные принципы ценообразования.....</i>	<i>15</i>

Объемы импорта и экспорта	17
<i>Соотношение объемов импорта и экспорта.....</i>	<i>17</i>
<i>Объемы импорта</i>	<i>18</i>
Основныe страны-импортеры	18
Основныe страны-производители импорта	19
<i>Объемы экспорта</i>	<i>19</i>
Основныe страны-экспортеры.....	19
Основныe страны-производители экспорта.....	20
Конкурентный анализ.....	21
Основныe параметры конкуренции	21
<i>Основныe производители. Описание профилей крупнейшиx компаний</i>	<i>21</i>
Сравнительная характеристика крупнейшиx игроков	22
Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями.....	22
<i>Конкуренция между крупнейшими дистрибьюторами и оптовыми компаниями</i>	<i>22</i>
<i>Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора.....</i>	<i>23</i>
Сравнительная характеристика крупнейшиx сетевых розничных компаний по основным описательным параметрам и стратегии их развития.....	23
Тенденции в направлении конкуренции между компаниями розничного сектора	24
Анализ потребителей.....	25
<i>Описание потребителей.....</i>	<i>25</i>
<i>Сегментация потребителей с описанием и количественной оценкой сегментов.....</i>	<i>25</i>
B2C рынки.....	25
B2B рынки	25
<i>Уровень потребления Продукции по видам и брендам Продукции.....</i>	<i>25</i>
По видам	25
По брендам.....	25
<i>Степень активности в потреблении Продукции</i>	<i>25</i>
<i>Потребительские предпочтения.....</i>	<i>25</i>

<i>Потребительские мотивации и поведение при покупке Продукции или Услуги</i>	<i>26</i>
<i>Зависимость спроса на Продукцию или Услуги от различных характеристик потребителя. Эластичность спроса</i>	<i>26</i>
<i>Медиа-предпочтения потребителей (отношение к источникам и формам рекламы Продукции или Услуги)</i>	<i>26</i>
Обобщающие выводы по отчету	27
<i>STEP-анализ Рынка</i>	<i>27</i>
<i>Факторы, сдерживающие развитие Рынка</i>	<i>27</i>
Общие выводы по отчету	28

АННОТАЦИЯ

Цель исследования: **анализ текущей ситуации на рынке специй, приправ и пряностей в России.**

Задачи исследования:

- Описание макроэкономической ситуации на Рынке
- Выделение основных сегментов Рынка
- Определение основных количественных характеристик Рынка
- Описание структуры Рынка
- Выявление основных игроков на Рынке
- Выявление основных факторов, влияющих на Рынок

Кол-во страниц: 86 стр.

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 16 диаграммы, 12 таблиц, 2 схемы

ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

1	Содержание		
2	Введение		5
3	Методологическая часть		6
	3.1	<i>Описание типа исследования</i>	6
	3.2	<i>Объект исследования</i>	6
	3.3	<i>Цели и задачи исследования</i>	6
	3.4	<i>География исследования</i>	6
	3.5	<i>Время проведения исследования</i>	6
	3.6	<i>Методы сбора данных</i>	6
4	Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок		8
	4.1	<i>Общая экономическая ситуация</i>	8
		4.1.1 <i>Динамика валового внутреннего продукта</i>	8
		4.1.2 <i>Промышленное производство</i>	9
		4.1.3 <i>Уровень инфляции</i>	11
		4.1.4 <i>Уровень доходов населения</i>	12
	4.2	<i>Влияние кризиса на рынок и прогнозы развития</i>	13
		4.2.1 <i>Влияние кризиса</i>	13
		4.2.2 <i>Прогнозы развития</i>	13
5	Описание влияющих Рынков		14
	5.1	<i>Рынок растениеводства</i>	14
		5.1.1 <i>Сегментация рынка</i>	14
		5.1.2 <i>Объемы рынка</i>	16
		5.1.3 <i>Государственная поддержка</i>	18
6	Сегментация рынка		21
	6.1	<i>Определение продукции</i>	21
	6.2	<i>Сегментирование продукции по основным наименованиям</i>	23
	6.3	<i>Сегментирование Продукции по видам упаковки</i>	26
	6.4	<i>Область применения специй и приправ</i>	28
	6.5	<i>Ценовое сегментирование Продукции</i>	29
	6.6	<i>Тенденции различных сегментах Продукции</i>	30
7	Основные количественные характеристики Рынка		31
	7.1	<i>Объемы рынка</i>	31
	7.2	<i>Темпы роста</i>	32
	7.3	<i>Влияние сезонности на Рынок</i>	35
8	Сбытовая структура Рынка		36

	8.1	<i>Цепочка движения товара</i>		36
	8.2	<i>Краткое описание основных сегментов участников Рынка</i>		39
		8.2.1	Производители Продукции	39
		8.2.2	Дистрибьюторы продукции	40
		8.2.3	Розничный сектор	40
	8.3	<i>Основные принципы ценообразования</i>		42
9	Объемы импорта и экспорта			44
	9.1	<i>Соотношение объемов импорта и экспорта</i>		45
	9.2	<i>Объемы импорта</i>		46
		9.2.1	Основные страны-импортеры	46
		9.2.2	Основные страны-производители импорта	47
	9.3	<i>Объемы экспорта</i>		47
		9.3.3	Основные страны-экспортеры	47
		9.3.4	Основные страны-производители экспорта	48
10	Конкурентный анализ			50
	10.1	<i>Основные параметры конкуренции</i>		50
	10.2	<i>Основные производители. Описание профилей крупнейших компаний</i>		50
		10.1.1	Сравнительная характеристика крупнейших игроков	55
		10.1.2	Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями	60
		10.1.3	Конкуренция между крупнейшими дистрибьюторами и оптовыми компаниями	62
	10.3	Сравнительная характеристика крупнейших оптовых компаний		65
	10.4	<i>Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора</i>		68
		10.4	Сравнительная характеристика крупнейших сетевых розничных компаний по основным описательным параметрам и стратегии их развития	69
		10.5	Тенденции в направлении конкуренции между компаниями розничного сектора	72
11	Анализ потребителей			74
	11.1	<i>Описание потребителей</i>		74
	11.2	<i>Сегментация потребителей с описанием и количественной оценкой сегментов</i>		74
		11.2.1	B2C рынки	74
		11.2.2	B2B рынки	74

	11.3	<i>Уровень потребления Продукции по видам и брендам Продукции</i>		75
		11.3.1	По видам	75
		11.3.2	По брендам	75
	11.4	<i>Степень активности в потреблении Продукции</i>		76
	11.5	<i>Потребительские предпочтения</i>		78
	11.6	<i>Потребительские мотивации и поведение при покупке Продукции или Услуги</i>		80
		11.6.1	Зависимость спроса на Продукцию или Услуги от различных характеристик потребителя. Эластичность спроса	82
	11.7	<i>Медиа-предпочтения потребителей (отношение к источникам и формам рекламы Продукции или Услуги)</i>		82
12	Обобщающие выводы по отчету			83
	12.1	<i>STEP-анализ Рынка</i>		83
	12.2	<i>Факторы, сдерживающие развитие Рынка</i>		83
13	Общие выводы по отчету			85

СПИСОК ДИАГРАММ

Диаграмма 1. Динамика изменения объема ВВП, 2004 - 2009 гг., млрд. руб.

Диаграмма 2. Динамика изменения индекса промышленного производства, 2008 - 2009 гг., % к соответствующему периоду предыдущего года

Диаграмма 3. Уровень инфляции 2003 – 2010 (прогноз) гг., %

Диаграмма 4. Динамика среднемесячной номинально начисленной заработной платы, руб.

Диаграмма 5. Структура производства сельхозпродукции в 2009 году

Диаграмма 6. Изменение объемов импорта продовольственных продуктов и сельскохозяйственного сырья в 2009 г. по сравнению с 2008 г. (в процентах).

Диаграмма 7. Распределение специй, пряностей и приправ в общем рыночном объеме

Диаграмма 8. Доля специй и приправ в натуральном выражении, 2009г.

Диаграмма 9. Доля специй и приправ в денежном выражении, 2009г.

Диаграмма 10. Соотношение долей наиболее предпочитаемых потребителями типов упаковки

Диаграмма 11. Структура рынка приправ по основным сегментам, в натуральном выражении, 2009 г., %.

Диаграмма 12. Темпы роста рынка специй и приправ в натуральном и денежном выражении, 2008-2010 гг., %

Диаграмма 13. Темпы роста отдельных сегментов рынка специй и приправ, 2009 г., %

Диаграмма 14. Структура употребления специй, пряностей и приправ по видам, %

Диаграмма 15. Структура употребления специй, пряностей и приправ по брендам, %

Диаграмма 16. Потребление специй, пряностей и приправ в регионах, %

СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. Сегментация продукции на рынке растениеводства

Таблица 2. Объем урожая сельскохозяйственных культур в 2009 году

Таблица 3. Коды ТН ВЭД для анализа импорта и экспорта на рынке

Таблица 4. Соотношение объемов импорта и экспорта специй, приправ и пряностей в натуральном и денежном выражении в отдельных категориях товара, 2009г.

Таблица 5. Соотношение объемов импорта и экспорта специй, приправ и пряностей в натуральном и денежном выражении в отдельных категориях товара, 2009г.

Таблица 6. Основные страны-импортеры специй, приправ и пряностей в натуральном и денежном выражении, 2009 г.

Таблица 7. Основные страны-производители импорта специй, приправ и пряностей в натуральном и денежном выражении, 2009 г.

Таблица 8. Основные страны-экспортеры специй, приправ и пряностей в натуральном и денежном выражении, 2009 г.

Таблица 9. Основные страны-производители экспорта специй, приправ и пряностей в натуральном и денежном выражении, 2009 г.

Таблица 10. Сравнительная характеристика игроков рынка по основным параметрам

Таблица 11. Сравнительная характеристика игроков рынка по основным параметрам

Таблица 12. Сравнительная характеристика основных игроков розничного сектора

СПИСОК СХЕМ

Схема 1. Цепочка движения товара

Схема 2. Схема рынка специй и пряностей

Схема 3. Схема ценообразования на рынке специй, приправ и пряностей

ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

...

ОПИСАНИЕ ВЛИЯЮЩИХ РЫНКОВ

РЫНОК РАСТЕНИЕВОДСТВА

Растениеводство - возделывание культурных растений с целью их использования как источник продуктов питания, получения продукции для кормовых целей, а также сырья для промышленности.

СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА

Растениеводство включает в себя следующие разделы:

- полеводство,
- овощеводство,
- плодоводство,
- виноградарство,
- кормопроизводство и др.

...

ОБЪЕМЫ РЫНКА

2009 год был успешным для развития растениеводства. Собранный урожай зерновых в объеме ... **млн. тонн** не только покрыл внутренние потребности, но и позволил сохранить экспортный потенциал на уровне ...млн. тонн.

...

СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПРОДУКЦИИ

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.

...

Следует разделить все пряности на две большие группы:...

...

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПРОДУКЦИИ ПО ОСНОВНЫМ НАИМЕНОВАНИЯМ

По виду категория специй делится на три основных сегмента...

...

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПРОДУКЦИИ ПО ВИДАМ УПАКОВКИ

Наиболее распространенная упаковка на рынке специй и приправ трех-четырёх слойные пакетики из полиматериала и фольги, ставшие нормой для российского рынка. Последние два года очень популярны специи в мельницах, а также пакеты с зип-локом для многократного открывания-закрывания. Также представлены и другие виды упаковки: стеклянные, пластиковые и жестяные баночки, картонные тубы, мельницы, блистеры, дой-паки...

...

ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ СПЕЦИЙ И ПРИПРАВ

Основными потребителями специй, приправ являются:

1. компании – производители
2. обычные люди, потребители, приобретающие специи для собственных домохозяйств

...

СХЕМА 2. СХЕМА РЫНКА СПЕЦИЙ И ПРЯНОСТЕЙ

...

ЦЕНОВОЕ СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПРОДУКЦИИ

...

ТЕНДЕНЦИИ РАЗЛИЧНЫХ СЕГМЕНТАХ ПРОДУКЦИИ

Смещение потребления в сторону более дорогой и качественной продукции ведет к увеличению доли приправ и специй в баночках и красочных и качественных индивидуальных пакетиках...

...

ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА

ОБЪЕМЫ РЫНКА

...

... объем рынка специй в **2009** году составил: **\$... млн.** в денежном выражении и ... **тонны** в натуральном выражении. Эти цифры позволяют сделать вывод, что темпы роста рынка в 2009 году немного замедлились.

...

ВЛИЯНИЕ СЕЗОННОСТИ НА РЫНОК

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 рынке 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...

...

СБЫТОВАЯ СТРУКТУРА РЫНКА

ЦЕПОЧКА ДВИЖЕНИЯ ТОВАРА

Цепочка движения товара на российском рынке специй и приправ выглядит следующим образом.

...

СХЕМА 2. ЦЕПОЧКА ДВИЖЕНИЯ ТОВАРА

...

КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ ОСНОВНЫХ СЕГМЕНТОВ УЧАСТНИКОВ РЫНКА

Производители Продукции

В начале 2000-х годов российский рынок приправ набрал немалые обороты. Тогда к основным причинам столь бурного развития отрасли специалисты относили почти 100% уровень рентабельности...

...

ДИСТРИБЬЮТОРЫ ПРОДУКЦИИ

Основными игроками на данном рынке являются крупные оптовые специализированные компании и оптовые предприятия, которые занимаются распространением широкого спектра продовольственных товаров, то есть продают специи для расширения ассортимента продукции...

...

РОЗНИЧНЫЙ СЕКТОР

Продвижение специй и приправ на рынок, в первую очередь, в крупные сетевые розничные структуры представляет значительные трудности для производителей и дистрибьюторов...

...

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

СХЕМА 3. СХЕМА ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА РЫНКЕ СПЕЦИЙ, ПРИПРАВ И ПРЯНОСТЕЙ

...

Конечная цена товара в рознице складывается из отпускной цены предприятия-производителя и наценки звеньев сбытовой цепочки (наценка оптовой компании, наценка розничной точки)...

Маркетинговое Агентство Step by Step

г. Москва, ул. Николаямская, д. 29, 3-й этаж
Тел. (495)915-39-69, (495)760-5073 www.step-by-step.ru



...

ОБЪЕМЫ ИМПОРТА И ЭКСПОРТА

В данном разделе производится анализ импорта и экспорта продукции в соответствие с данными таможенной статистики.

Анализ производится по следующим кодам ТН ВЭД:

Таблица 1. Коды ТН ВЭД для анализа импорта и экспорта на рынке

Код	Расшифровка

Источник: МА Step by Step

...

СООТНОШЕНИЕ ОБЪЕМОВ ИМПОРТА И ЭКСПОРТА

Рассмотрим соотношение импорта и экспорта специй, приправ и пряностей.

Таблица 2. Соотношение объемов импорта и экспорта специй, приправ и пряностей в натуральном и денежном выражении в отдельных категориях товара, 2009г.

Источник: Таможенные базы, 2009г.

...

Таблица 3. Соотношение объемов импорта и экспорта специй, приправ и пряностей в натуральном и денежном выражении в отдельных категориях товара, 2009г.

	Импорт	Экспорт
--	--------	---------

	ТОНН	ТОНН, %	\$	\$, %	ТОНН	ТОНН, %	\$	\$, %

Источник: Таможенные базы, 2009г.

...

ОБЪЕМЫ ИМПОРТА

ОСНОВНЫЕ СТРАНЫ-ИМПОРТЕРЫ

Рассмотрим основные страны-импортеры специй, приправ и пряностей.

Таблица 4. Основные страны-импортеры специй, приправ и пряностей в натуральном и денежном выражении, 2009 г.

Страна-импортёр	кг	кг (%)	\$	\$ (%)	цена \$/кг

Источник: Таможенные базы, 2009г.

...

ОСНОВНЫЕ СТРАНЫ-ПРОИЗВОДИТЕЛИ ИМПОРТА

Рассмотрим основные страны-производители импорта специй, приправ и пряностей.

Таблица 5. Основные страны-производители импорта специй, приправ и пряностей в натуральном и денежном выражении, 2009 г.

Страна-производитель импорта	кг	кг (%)	\$	\$(%)	цена \$/кг

Источник: Таможенные базы, 2009г.

...

ОБЪЕМЫ ЭКСПОРТА

ОСНОВНЫЕ СТРАНЫ-ЭКСПОРТЕРЫ

Рассмотрим основные страны-экспортеры специй, приправ и пряностей.

Таблица 6. Основные страны-экспортеры специй, приправ и пряностей в натуральном и денежном выражении, 2009 г.

Страна-экспортёр	кг	кг (%)	\$	\$(%)	цена \$/кг

Страна-экспортёр	кг	кг (%)	\$	\$(%)	цена \$/кг

Источник: Таможенные базы, 2009г.

...

ОСНОВНЫЕ СТРАНЫ-ПРОИЗВОДИТЕЛИ ЭКСПОРТА

Рассмотрим основные страны-производители экспорта специй, приправ и пряностей.

Таблица 7. Основные страны-производители экспорта специй, приправ и пряностей в натуральном и денежном выражении, 2009 г.

Страна-производитель экспорта	кг	кг (%)	\$	\$(%)	цена \$/кг

Источник: Таможенные базы, 2009г.

...

КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ

ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ КОНКУРЕНЦИИ

Конкуренция на рынке специй и приправ ведется по следующим параметрам:

- Цена продукции,
- Качество продукции,
- Ширина ассортиментного ряда,
- Тип упаковки,
- Объем упаковки в пределах одного типа упаковки.

Исходя из данных параметров в качестве объекта анализа был выбран ряд компаний, которые можно считать основными игроками на рынке специй и приправ.

ОСНОВНЫЕ ПРОИЗВОДИТЕЛИ. ОПИСАНИЕ ПРОФИЛЕЙ КРУПНЕЙШИХ КОМПАНИЙ

...

«АРОМАДОН»

...

«ПРОКСИМА»

...

«АЙДИГО»

...

«КАМИС»

...

«КОТАНУИ»

...

«НОВОСИБИРСКИЙ ПИЩЕВОЙ КОМБИНАТ»

...

«ВИТЭКС»

...

«ИНТЕР-РЕЛИШ-М»

...

«АРИКОН»

...

«РУССКИЙ ПРОДУКТ»

...

«ПРОММИКС»

...

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КРУПНЕЙШИХ ИГРОКОВ

Приведем данные в табличный вид.

...

РЕЗЮМЕ

Данный рынок уже сформирован и в настоящий момент выйти на него достаточно сложно....

...

ТЕНДЕНЦИИ В НАПРАВЛЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ МЕЖДУ КРУПНЕЙШИМИ ПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ

Одним из направлений конкуренции между крупнейшими производителями становится вывод на рынок нового продукта...

...

КОНКУРЕНЦИЯ МЕЖДУ КРУПНЕЙШИМИ ДИСТРИБЬЮТОРАМИ И ОПТОВЫМИ КОМПАНИЯМИ

Рынок специй, пряностей и приправ характеризуется большим количеством оптовых компаний, что позволяет говорить об отсутствии концентрации закупочной деятельности в руках нескольких оптовиков...

...

«АБ-МАРКЕТ»

...

«АВСТРИЯ СПАЙС»

...

«ТЦ «ВЫМПЕЛ»

...

«ЛАНИТ-99»

...

«ПРОМПОСТАВКА-М»

...

«ВРЕМЯ И К»

...

«ГК «ИНТЕР-ТЕХНОЛОГИЯ»

...

«ФИРМА «АРОМА-ЛЮКС»

...

«ШАЛЛЕР-МОСКВА»

...

«БАЛТИМПОРТ»

...

«КАМИС-ПРИПРАВЫ»

...

"ТФ "АНДА-СЕРВИС"

...

«МИСТРАЛЬ»

...

РЕЗЮМЕ И ТЕНДЕНЦИИ

На рынке специй и приправ присутствует много игроков, поэтому нельзя сказать, что он поделен между несколькими крупными игроками...

...

КОНКУРЕНЦИЯ МЕЖДУ КРУПНЕЙШИМИ КОМПАНИЯМИ РОЗНИЧНОГО СЕКТОРА

Приход в регионы федеральных и московских розничных сетей заставляет местных операторов искать новые пути для сохранения лояльности покупателей, и не последнюю роль в этом играет повышение внимания к категории специй, пряности, приправы...

...

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КРУПНЕЙШИХ СЕТЕВЫХ РОЗНИЧНЫХ КОМПАНИЙ ПО ОСНОВНЫМ ОПИСАТЕЛЬНЫМ ПАРАМЕТРАМ И СТРАТЕГИИ ИХ РАЗВИТИЯ

Для удобства анализа приведем данные по розничным сетям в табличный вид...

...

РЕЗЮМЕ

Наиболее жесткая конкуренция между крупнейшими розничными сетями наблюдается в столичных городах (Москва, Санкт-Петербург) и региональных центрах. В этих городах игроки федерального масштаба конкурируют между собой и местными игроками сетевой розницы...

...

ТЕНДЕНЦИИ В НАПРАВЛЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ МЕЖДУ КОМПАНИЯМИ РОЗНИЧНОГО СЕКТОРА

Российский продуктовый ритейл в настоящее время находится на стадии динамичного развития. Вместе с тем он является крупнейшим, инвестиционно привлекательным и быстрорастущим рынком в Европе и одним из крупнейших в мире...

...

АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

ОПИСАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Потребителями специй и приправ являются предприятия – производители пищевой продукции. Домашние хозяйства, предприятия общественного питания (рестораны, кафе)...

...

Сегментация потребителей с описанием и количественной оценкой сегментов

В2С рынки

В сегменте В2С клиентами рынка являются...

...

В2В рынки

Потребителей специй и приправ – компании производители - можно классифицировать по отрасли:...

...

Уровень потребления Продукции по видам и брендам Продукции

По видам

...

По брендам

...

Степень активности в потреблении Продукции

Традиционными для России специями являются:...

...

Потребительские предпочтения

Наиболее часто употребляемые в пищу – стандартные специи, такие как перец и лавровый лист, менее популярны и раскручены специфические пряности и травы...

...

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ МОТИВАЦИИ И ПОВЕДЕНИЕ ПРИ ПОКУПКЕ Продукции или Услуги

По оценкам маркетологов, ...% продаж специй, пряностей и приправ носят импульсный характер, поэтому огромное значение имеет доступность выкладки и красочность упаковки...

....

ЗАВИСИМОСТЬ СПРОСА НА ПРОДУКЦИЮ ИЛИ УСЛУГИ ОТ РАЗЛИЧНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК ПОТРЕБИТЕЛЯ. ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА

...

МЕДИА-ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ (ОТНОШЕНИЕ К ИСТОЧНИКАМ И ФОРМАМ РЕКЛАМЫ ПРОДУКЦИИ ИЛИ УСЛУГИ)

...

ОБОБЩАЮЩИЕ ВЫВОДЫ ПО ОТЧЕТУ

СТЕП-АНАЛИЗ РЫНКА

СТЕП – анализ – это анализ влияния внешней среды - какое влияние она оказывает на изучаемый рынок с точки зрения правовой, политической, социально-демографической, экономической, научно-технической, экологической, культурной и т.п.

...

ФАКТОРЫ, СДЕРЖИВАЮЩИЕ РАЗВИТИЕ РЫНКА

Среди проблем, с которыми сталкиваются производители можно отметить:

...

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ ПО ОТЧЕТУ

Российский рынок специй и пряностей существует уже около 17 лет и на данный момент включает в себя такие продукты, как: специи, пряности и приправы.

...

По поводу приобретения готовых аналитических отчетов МА Step by Step обращайтесь к менеджерам отдела развития (e-mail: info@step-by-step.ru) или по телефонам (495) 760-50-73, 8 (903) 240-00-88