

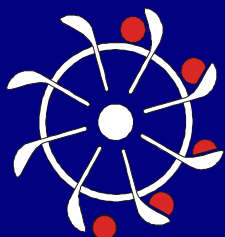
АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ ПО МАРКЕТИНГОВОМУ ИССЛЕДОВАНИЮ

АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА СОУСОВ

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

**Дата выпуска отчета:
апрель 2007 г.**

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.



**STEP BY STEP
МАРКЕТИНГОВОЕ
АГЕНТСТВО**

г. Москва

ОГЛАВЛЕНИЕ

ОГЛАВЛЕНИЕ.....	2
Аннотация	3
Цель и задачи исследования.....	3
Описание исследования.....	3
Полное содержание исследования	5
Список диграмм	7
Список таблиц	9
Выдержки из исследования.....	10
Объем и темпы роста рынка специй и приправ.....	10
Уровень конкуренции на рынке специй и приправ	10
Основные тенденции на рынке специй и приправ	11
Сегментирование продукции по основным наименованиям.....	11
Традиционные соусы.....	12
Инновационные соусы.....	12
Объем Рынка в денежном выражении	13
Темпы роста Рынка	13
Соотношение объемов импорта и российского производства.....	14
Объемы экспорта.....	14
Сравнительная характеристика крупнейших производителей по основным параметрам.....	15

АННОТАЦИЯ

Цель и задачи исследования

Цель исследования: анализ основных характеристик и перспектив развития российского рынка соусов.

Предметом исследования является российский рынок соусов.

Для достижения поставленной цели были реализованы следующие задачи:

- ∅ Описаны макроэкономические факторы, влияющие на Рынок;
- ∅ Описана сегментация и структура Рынка по основным типам продукции
- ∅ Определены основные количественные характеристики Рынка
- ∅ Описана сбытовая структура Рынка
- ∅ Определены объемы импорта соусов
- ∅ Определены объемы российского производства соусов
- ∅ Определены объемы экспорта соусов
- ∅ Проанализирована конкуренция между крупнейшими производителями на Рынке
- ∅ Проанализирована конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора на Рынке
- ∅ Определены поведенческие характеристики потребителей:
 - ◆ Структура потребления по видам и брендам продукции
 - ◆ Структура осведомленности по брендам продукции
 - ◆ Степень активности в потреблении продукции
 - ◆ Потребительские мотивации при покупке продукции
- Проведен STEP-анализ внешних факторов, влияющих на Рынок
- Выявлены основные риски на Рынке
- Выявлены основные тенденции Рынка

ОПИСАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Методы проведения исследования:

Кабинетное исследование.

В исследовании содержится актуальная информация по объему рынка, его структуре, долях различных сегментов.

В исследовании подробно рассмотрены факторы, в том числе и макроэкономические, влияющие на развитие рынка соусов.

Проведен анализ баз таможенной статистики за 2006 год. В результате чего получены данные по крупнейшим странам- импортерам/ экспортерам соусов и кетчупов, объему импорта/ экспорта и по поставщикам соусов.

В отчете описаны крупнейшие зарубежные и российские производители соусов и кетчупов, потребительские предпочтения покупателей соусов.

По результатам исследования представлен STEP-анализ Рынка и возможные риски.

Проанализированы основные тенденции на рынке соусов.

Данный отчет может **представлять интерес** для:

- Производителей на рынке соусов
- Компаний-дистрибьюторов
- Розничных сетей на рынке
- Инвесторов на рынке

Кол-во страниц: 79

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 18 диаграмм, 18 таблиц, 2 схемы.

ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Введение

Методологическая часть

Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок

Общая экономическая ситуация

Описание рынка специй и приправ

Описание влияющих Рынков

Описание смежных Рынков

Сегментация и структура Рынка по основным видам Продукции

Сегментирование продукции по основным наименованиям

Сегментация Продукции по видам упаковки

Ценовое сегментирование Продукции **Ошибка! Закладка не определена.**

Основные количественные характеристики Рынка

Объем Рынка

Темпы роста Рынка

Сбытовая структура Рынка

Цепочка движения товара **Ошибка! Закладка не определена.**

Краткое описание основных сегментов участников Рынка **Ошибка! Закладка не определена.**

Объемы импорта и экспорта **Ошибка! Закладка не определена.**

Импорт продукции

Соотношение объемов импорта и российского производства

Экспорт продукции

Конкурентный анализ

Конкуренция между крупнейшими производителями и поставщиками Продукции

Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора

Анализ потребителей

Сегментация потребителей с описанием и количественной оценкой сегментов

Потребительские предпочтения Продукции

Частота приобретения кетчупов

Потребительские мотивации и поведение при покупке Продукции

Обобщающие выводы и рекомендации

Факторы, благоприятствующие развитию Рынка

Сдерживающие факторы Рынка

Step-анализ факторов, влияющих на Рынок

Анализ рисков на Рынке

Инвестиционная привлекательность/пустующие ниши на Рынке

Общие тенденции Рынка

Общие выводы по отчету

СПИСОК ДИГРАММ

Диаграмма 1. Динамика и прогноз ВВП РФ за 2002-2007 гг., %

Диаграмма 2. Уровень инфляции, в % к декабрю
Диаграмма 3. Динамика реально располагаемых денежных доходов населения, в процентах к соответствующему периоду предыдущего года

Диаграмма 4. Доли различных видов кетчупов на Рынке в % по отношению к денежному выражению

Диаграмма 5. Доли основных видов соусов на Рынке в % по отношению к натуральному выражению

Диаграмма 6. Доли различных видов кетчупов на Рынке в % по отношению к натуральному выражению

Диаграмма 7. Доли различных видов инновационных соусов на Рынке в % по отношению к натуральному выражению

Диаграмма 8. Доли различных ценовых сегментов на рынке соусов в % выражении

Диаграмма 9. Основные производители кетчупов, доля по объему в % выражении

Диаграмма 10. Основные производители кетчупов, доля по стоимости в % выражении

Диаграмма 11. Каналы продаж соусов и кетчупов в 24 крупнейших городах России

Диаграмма 12. Крупнейшие торговые сети по количеству магазинов в 2006 году

Диаграмма 13. Крупнейшие торговые сети по обороту в млн. долларов за 2005 год

Диаграмма 14. Предпочтения потребителей по видам кетчупа, % от числа опрошенных

Диаграмма 15. Знание и предпочтения потребителей по маркам кетчупов

Диаграмма 16. Структура предпочтений потребителей по типу упаковки

Диаграмма 17. Частота покупки кетчупа, % от числа респондентов



Диаграмма 18. Критерии выбора кетчупа

СПИСОК ТАБЛИЦ

- Таблица 1. Объем рынка соусов и кетчупов натуральном выражении
- Таблица 2. Основные страны-импортеры соусов (в натуральном выражении)
- Таблица 3. Основные страны-импортеры соусов (в денежном выражении)
- Таблица 4. Основные компании-импортеры соусов (в натуральном выражении)
- Таблица 5. Основные компании-импортеры соусов (в денежном выражении)
- Таблица 6. Основные виды импортируемых соусов (в натуральном выражении)
- Таблица 7. Основные виды импортируемых соусов (в денежном выражении)
- Таблица 8. Основные страны – экспортеры соусов (в натуральном выражении)
- Таблица 9. Основные страны – экспортеры соусов (в денежном выражении)
- Таблица 10. Основные компании-экспортеры соусов (в натуральном выражении)
- Таблица 11. Основные компании-экспортеры соусов (в денежном выражении)
- Таблица 12. Основные виды экспортируемых соусов (в натуральном выражении)
- Таблица 13. Основные виды экспортируемых соусов (в денежном выражении)
- Таблица 14. Сравнительная характеристика крупнейших производителей по основным параметрам
- Таблица 15. Сравнительная характеристика крупнейших розничных компаний по основным параметрам
- Таблица 16. Распределение населения по величине среднедушевых денежных доходов
- Таблица 17. STEP-анализ российского рынка соусов
- Таблица 18. Возможные риски, связанные с Рынком

ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

Среднедушевое потребление кетчупа в России – остается одним из самых высоких в мире. Он составляет порядка 1,3 – 1,4 кг. на человека в год.

Однако, за последние несколько лет рынок соусов в России претерпел значительные изменения. Помимо традиционных для российского потребителя кетчупов, усилились позиции других видов соусов: заправок для салатов, соусов для спагетти и других блюд, первооткрывателями которых стали в основном крупные мультинациональные компании.

ОБЪЕМ И ТЕМПЫ РОСТА РЫНКА СПЕЦИЙ И ПРИПРАВ

По консолидированной оценке компаний-производителей ежегодный объем российского рынка специй, пряностей и приправ в целом оценивается приблизительно в **\$110 млн.** Емкость рынка в натуральном выражении составляет до **40 тыс. тонн** продукта в год. Основной причиной быстрого развития специалисты называют почти 100-процентный уровень рентабельности.

Сегмент специй сегодня является одним из самых быстрорастущих. По данным маркетинговых исследований за 2003 год, продажи специй в России выросли на 75% в натуральном выражении и на 90% – в денежном относительно 2002 года. Благодаря высокой рентабельности можно предположить, что в ближайшие годы российский рынок специй и приправ будет развиваться достаточно интенсивно (от **10-15 %** в год).

УРОВЕНЬ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ СПЕЦИЙ И ПРИПРАВ

Основные компании, оперирующие на рынке специй и приправ:

- Ø Kamis
- Ø Paulig Export (ТМ «Santa Maria»)
- Ø Kotanyi
- Ø Podravka (ТМ «Vegeta»)
- Ø Nestle (Maggi)

- Ø Unilever (Knorr)
- Ø Europe Foods (ТМ«Gallina Blanca»)
- Ø Арикон Трейд
- Ø Русский продукт

С 1999 года количество игроков увеличивается примерно на 20% в год. Но жесткая конкуренция не мешает появлению новых игроков, для которых рынок привлекателен низким входным порогом и рентабельностью. Крупные операторы говорят о постепенной стабилизации рынка и вытеснении мелких, не способных выдержать конкуренцию по качеству продукции.

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ НА РЫНКЕ СПЕЦИЙ И ПРИПРАВ

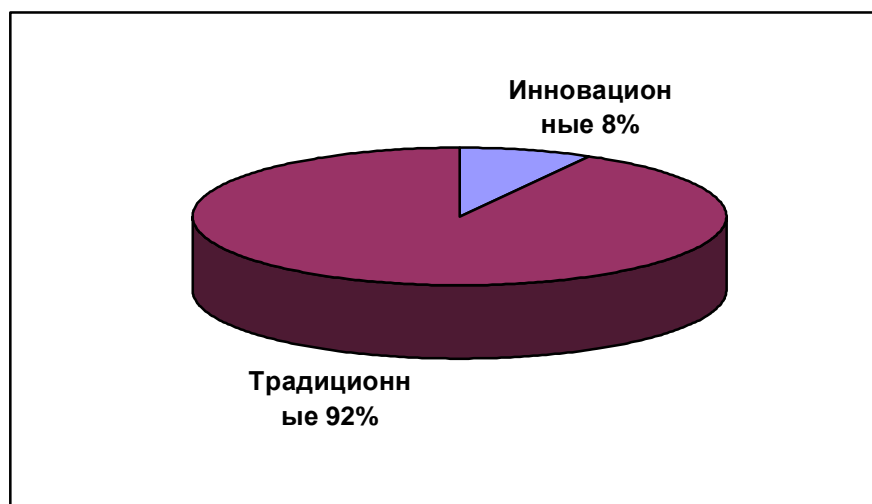
- Ø Расширение ассортимента
- Ø Рост конкуренции
- Ø Компании, работавшие в нижнем ценовом сегменте, переориентируются на более высокие сегменты.
- Ø Рост среднеценового и премиум-сегмента
- Ø Рост спроса на экзотические пряности (шафран, ваниль, мускатный цвет и другие).
- Ø Рост спроса на качественную продукцию

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПРОДУКЦИИ ПО ОСНОВНЫМ НАИМЕНОВАНИЯМ

Соусы подразделяются на две большие категории:

- Ø Традиционные соусы - кетчупы
- Ø Инновационные соусы - холодные и горячие соусы, заправки для салата

ДИАГРАММА 1. ДОЛИ ОСНОВНЫХ ВИДОВ СОУСОВ НА РЫНКЕ В % ПО ОТНОШЕНИЮ К НАТУРАЛЬНОМУ ВЫРАЖЕНИЮ



Источник: ACNielsen, 2005 г.

По данным компании ACNielsen Россия, основную долю по объему на Рынке занимает сегмент традиционных соусов (92%), на инновационные соусы приходится 8% Рынка¹.

ТРАДИЦИОННЫЕ СОУСЫ

Кетчупы подразделяют на следующие виды:

- Ø Шашлычные кетчупы
- Ø Томатные кетчупы
- Ø Острые кетчупы
- Ø Кетчупы с чесноком
- Ø Прочие

ИННОВАЦИОННЫЕ СОУСЫ

Инновационные соусы появились на российском Рынке в конце 2002 года. Они разделяются на:

¹ http://www.yarmarka.net/marketplace/articles/digest_ffood06.asp

- ∅ холодные соусы, изготовленные на различной основе: соевой, сметанной, сырной, томатной и т.п.
- ∅ горячие соусы, которые не требуют дополнительного приготовления и употребляются в разогретом виде
- ∅ изготовленные на различной основе заправки для салатов.

ТАБЛИЦА 1. ОБЪЕМ РЫНКА СОУСОВ И КЕТЧУПОВ НАТУРАЛЬНОМ ВЫРАЖЕНИИ

Название сегментов	Объем в натуральном выражении
Традиционные соусы	200-230 тыс. тонн
Инновационные соусы	20 тыс. тонн
Итого	220-250 тыс. тонн

Источник: МА Step by Step, 2007 г.

ОБЪЕМ РЫНКА В ДЕНЕЖНОМ ВЫРАЖЕНИИ

По оценкам начальника отдела маркетинга ЗАО «Синко-Трейд», Влада Белоцерковского, объем рынка соусов и кетчупа в 2003 году был равен \$200 млн².

Учитывая темпы роста рынка соусов в 20% ежегодно, **объем Рынка в 2006 году** в стоимостном выражении можно оценить в **\$405,6 млн.**

ТЕМПЫ РОСТА РЫНКА

В целом рынок соусов ежегодно растет на 15% в натуральном выражении и 20% в стоимостном. При этом наблюдается неоднородность темпов роста по различным его сегментам.

Так, в сегменте традиционных соусов наблюдается стагнация, по нашим оценкам его рост за последние 2 года остается на уровне 5% в натуральном и 20% в

² http://www.retailer.ru/?cat=i_analytics&key=526&action=show_print



стоимостном выражении. А темпы роста инновационных соусов составляют 20% в натуральном выражении и 30% в стоимостном.

СООТНОШЕНИЕ ОБЪЕМОВ ИМПОРТА И РОССИЙСКОГО ПРОИЗВОДСТВА

По данным ACNielsen, локальные компании занимают более сильные позиции на рынках кетчупов (80% физического и 72% стоимостного объема продаж по данным за период с декабря 2004 по ноябрь 2005 года) и холодных соусов (70% и 53% соответственно).

Международные компании занимают основные позиции на рынке салатных заправок (79% в натуральном и 83% в стоимостном выражении). На рынке горячих соусов по физическим объемам продаж лидируют российские компании (45%), а большая денежная доля рынка принадлежит интернациональным игрокам (51%)³.

В целом в российских сетях в продажах составляют соусы российских производителей. По данным компании «Балтимор» в 2005 году доля иностранного кетчупа на рынке России составляла 10-12%.

ОБЪЕМЫ ЭКСПОРТА

Объем экспорта соусов в 2006 году составил **14,3 млн. кг.** в натуральном выражении, или **\$10,7 млн.** в денежном выражении, что составило 22,1% и 25,1% от общего объема импорта и экспорта.

³ <http://www.businessanalytica.ru/ru/bin/1122.pdf>

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КРУПНЕЙШИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ПО ОСНОВНЫМ ПАРАМЕТРАМ

ТАБЛИЦА 2. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КРУПНЕЙШИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ПО ОСНОВНЫМ ПАРАМЕТРАМ

Компания	Объемы продаж	Доля рынка по объему	Рекламная активность	Количество основных брендов
Балтимор	\$70 млн.	50%	Высокая	3
Петросоюз-Heinz	\$100–200 млн.	14%	Низкая	2
Unilever	-	6%	Высокая	1

Источник МА Step by Step, 2007 г.

- Ø Как видно из таблицы, лидеры Рынка в общей сложности контролируют около 70% Рынка по физическому объему.
- Ø Компания «Балтимор» лидирует по доли Рынка с существенным отрывом от остальных конкурентов. В активе Компании присутствуют три сильных бренда (Балтимор, Краснодарье и Восточный Гурман).
- Ø Альянс Heinz-Петросоюз занимает второе место на Рынке, как по доле рынка, так и по количеству сильных брендов («Пикадор», Heinz). Отметим, что доля компании падает.
- Ø Третий игрок Рынка – компания Unilever с зонтичным брендом Calve (майонезы, кетчупы, соусы) занимает 6% по объему. Доля компании Unilever растет.
- Ø Рекламная активность «Балтимор» и Unilever на Рынке характеризуется как высокая. В то время как рекламная активность альянса Heinz-Петросоюз снижается и в настоящее время характеризуется как низкая.

Маркетинговое Агентство Step by Step - агентство полного цикла. Мы работаем по таким **направлениям** как:

- Маркетинговое и управленческое консультирование
- Маркетинговые исследования
- Мерчендайзинг
- Франчайзинг
- Социологические исследования
- Услуги call центра
- Разработка новых коммерческих проектов
- Оказание услуг по аутсорсингу организации корпоративных мероприятий
- Организация и сопровождение представления компаний в Интернет

Для обеспечения качественного и быстрого сбора количественной информации, в структуру нашего агентства интегрировано подразделение **Call center**, которое решает следующие задачи:

- Реализует услугу «Бесплатный вызов» из регионов (8-800)
- Позволяет актуализировать и формировать базы данных.
- Осуществляет исходящий и входящий телемаркетинг, поддержку рекламных и PR акций
- Проводит интервьюирование потребителей
- Оценивает эффективность рекламы

Наши ключевые клиенты: ОАО "Связьинвест", РАО "ЕЭС РФ", "АйТи", "ТелекомКомплектСервис", "Связькомплект", "Информационная индустрия", "Future Telecom", "Элвис-Телеком", Холдинг "Еврохим", Производственная группа "Uniservis", Компания "Русский бисквит", объединение "Полипласт", игровая сеть



"Джек-пот", сеть магазинов "Фамилия", ТД "Снежная королева", кофейни "Мокко", ЗАО RENOVA, группа компаний РБК, группа компаний ТЕКОН, HITACHI ltd, ООО «Рассказовские меха», ООО «Северные технологии», Институт социально-экономического развития ЦФО (ИНСЭР ЦФО), Макслевел, Honewell, Colan, Медиалог, Алькотрейдинг, ассоциации экспортеров Бразилии (АРЕХ), ЗАО «Детский мир», АРТ-Билдинг и многие другие.