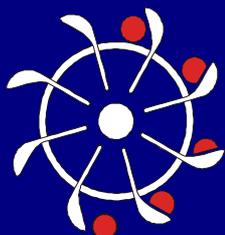


АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ ПО МАРКЕТИНГОВОМУ ИССЛЕДОВАНИЮ РОССИЙСКОГО РЫНКА СОЛИ

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

**Дата выпуска отчета:
июнь 2006 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**

ОГЛАВЛЕНИЕ ДЕМО - ВЕРСИИ

Аннотация	3
Цель исследования.....	3
Описание исследования.....	3
Полное содержание исследования	5
Список диграмм	7
Список таблиц	8
Выдержки из исследования.....	10
Описание отрасли.....	10
Сегментирование товара по основным наименованиям	11
Основные страны-импортеры	12

АННОТАЦИЯ

Цель исследования

Обзор российского рынка поваренной соли

ОПИСАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

В исследовании содержится информация следующего характера:

- Описана ситуация на российском рынке поваренной соли
- Определены основные количественные характеристики рынка поваренной соли
- Выявлены основные производители поваренной соли в России
- Определена динамика объемов производства поваренной соли
- Определен объем, структура и динамика импорта на рынке поваренной соли
- Определен объем, структура и динамика экспорта на рынке поваренной соли
- Определены основные страны и компании импортеры-экспортеры поваренной соли
- Описаны потребительские предпочтения на рынке поваренной соли
- Рассмотрены основные тенденции рынка

Данный отчет был обновлен в июне 2006 года. В ходе обновления была проведена работа по анализу рынка за 2006 год, добавлены

- Данные по основным характеристикам рынка за 2005-2006 год,
- Определен объем, емкость, темпы роста рынка поваренной соли за 2005 год,
- Определен объем, структура и динамика импорта и экспорта поваренной соли на российском рынке.

География исследования

Российская Федерация

Методы сбора информации

- Кабинетное исследование
- Анализ данных Таможенной статистики

Данный отчет будет интересен

- существующим игрокам на рынке (производителям и дистрибьюторам)
- инвесторам, планирующим выйти на этот рынок
- консалтинговым, маркетинговым и рекламным агентствам.



Кол-во страниц: 72 стр.

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 5 диаграмм, 20 таблиц.

ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Введение
Методологическая часть
Цель исследования
Задачи исследования
География исследования
Логика и методология исследования
Методы сбора информации
Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок
Общэкономическая ситуация в России
Динамика валового внутреннего продукта
Наиболее значимые экономические события и итоги 2005 года
Мировой рынок соли
Состояние отрасли
Сегментация и структура Рынка по основным видам Продукции
Сегментирование товара по основным наименованиям
Технология производства и сегментация продуктовой линейки
Основные количественные характеристики Рынка
Объем Рынка в натуральном выражении
Объем Рынка в денежном выражении
Емкость рынка
Темпы роста Рынка
Сбытовая структура Рынка
Основные каналы продаж соли
Основные методы продвижения
Основные принципы ценообразования
Проблемы ценообразования и цен на Рынке
Объемы российского производства, импорта и экспорта
Импорт продукции
Объемы импорта
Основные страны-импортеры
Основные компании-импортеры
Российское производство

Объемы российского производства
Основные российские компании-производители
Соотношение объемов импорта и российского производства
Экспорт продукции
Объемы экспорта
Основные страны-экспортеры
Основные компании-экспортеры
Соотношение экспорта и импорта
Конкурентный анализ
Конкурентный анализ производителей продукции
Крупнейшие иностранные производители
Российское производство
Государственные предприятия
Частные соляные предприятия
Сравнительный анализ основных производителей
Конкурентный анализ основных дистрибьюторов
Конкурентный анализ компаний розничного сектора
Сравнительная характеристика крупнейших розничных компаний
Сравнительная характеристика крупнейших розничных компаний по основным описательным параметрам
Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими розничными компаниями
Анализ потребителей
Описание потребителей
Основные характеристики спроса
Тенденции спроса на йодированную соль
Обобщающие выводы и рекомендации
Факторы, благоприятствующие развитию Рынка
Сдерживающие факторы Рынка/анализ рисков
Инвестиционная привлекательность отрасли
Тенденции Рынка
Тенденции рынка
Общие выводы по отчету

СПИСОК ДИГРАММ

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

Диаграмма 2. Производство поваренной соли в мире (млн. тонн в год)

Диаграмма 3. Объем производства соли в России (в млн. тонн в год)

Диаграмма 4. Структура мирового производства соли (в %)

Диаграмма 5. Доли различных отраслей в потреблении поваренной соли, в %

СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. Производство поваренной соли в мире (млн. тонн в год)

Таблица 2. Объем производства соли в России, в млн. тонн

Таблица 3. Импорт поваренной соли в 2004 г: десятка крупнейших стран отправления

Таблица 4. Импорт поваренной соли в 2005 г: десятка крупнейших стран отправления, по стоимости

Таблица 5. Импорт поваренной соли в 2005 г: десятка крупнейших стран отправления, по весу

Таблица 6. Импорт поваренной соли в 2005 г.: крупнейшие компании-получатели, по стоимости

Таблица 7. Импорт поваренной соли в 2005 г.: крупнейшие компании-получатели, по весу

Таблица 8. Импорт поваренной соли в 2005 г.: крупнейшие компании-отправители, по стоимости

Таблица 9. Импорт поваренной соли в 2005 г.: крупнейшие компании-отправители, по весу

Таблица 10. Экспорт поваренной соли в 2004 г.: десятка крупнейших стран-импортёров

Таблица 10. Экспорт поваренной соли в 2005 г.: десятка крупнейших стран-импортёров, по весу

Таблица 11. Экспорт поваренной соли в 2005 г.: десятка крупнейших стран-импортёров, по стоимости

Таблица 12. Экспорт поваренной соли в 2004 г.: крупнейшие компании-экспортеры

Таблица 13. Экспорт поваренной соли в 2005 г.: крупнейшие компании-экспортеры, по стоимости

Таблица 14. Экспорт поваренной соли в 2005 г.: крупнейшие компании-экспортеры, по весу

Таблица 15. Импорт и экспорт поваренной соли в 2004, 2005г.

Таблица 16. Соотношение доли импорта и экспорта на российском рынке поваренной соли в 2004, 2005 г.

Таблица 17. Таблица сравнения основных производителей

Таблица 18. Отраслевая направленность основных производителей соли



Таблица 19. Сравнительная характеристика крупнейших розничных компаний по основным параметрам

Таблица 20. Доли различных отраслей в потреблении поваренной соли в России, в %

ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

ОПИСАНИЕ ОТРАСЛИ

Россия занимает первое в мире место по богатству и разнообразию месторождений минеральных солей. Но лидирует по производству соли не Россия, а Америка и Китай.

Темпы роста российского рынка поваренной соли в 2005 году можно оценить на уровне 20% в год.

Импорт поваренной соли устойчиво растет. Если в 2001 г. из Украины в Россию поступило около 650 тыс. тонн соли, то в 2002 г. ввоз преодолел отметку в 732 тыс. тонн., в 2004 году импорт соли из Украины составил 855,7 тыс. тонн., то в 2005 - 1132,8 тыс. тонн.

Крупнейшей компанией-отправителем поваренной соли при импорте на территорию РФ является ГПО "АРТЕМСОЛЬ", которая обеспечивает порядка 94,43% всего объема поставок в Россию в натуральном выражении и порядка 96% процента поставок поваренной соли с территории Украины.

В 2005 году увеличилась доля объемов поставки поваренной соли в Казахстан. Если в 2004 году в Казахстан поставлялось порядка 56% соли от всего объема экспорта и в денежном, и в стоимостном выражении, то в 2005 году этот показатель увеличился до 66,1% в натуральном при незначительном увеличении объемов в стоимостном выражении, что может свидетельствовать об относительном снижении стоимости экспортируемой в Казахстан соли.

В 2005 году увеличилась доля экспорта поваренной соли компанией ОАО "ИЛЕЦКСОЛЬ" на 7% в натуральном выражении при сохранении порядка 38% от объема всего экспорта, в то время как компания ОАО "Бассоль" увеличила долю экспорта более чем на 8% в натуральном и порядка на 3 % денежном выражении.

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ТОВАРА ПО ОСНОВНЫМ НАИМЕНОВАНИЯМ

Различается пищевая соль по сорту: экстра, высший, первый, второй.

"Экстра" - та же каменная соль, только прошедшая дополнительную очистку и обработку. Норма прибыли при производстве "экстры" за счет сложной технологии составляет 17- 20%, тогда как у производителей соли каменного помола она достигает 25-30%.

Бесспорное преимущество "экстры" в том, что эта соль - более чистая, однако очистные манипуляции убивают более 100 микроэлементов, содержащихся в исходном материале - каменной соли. потребление "экстры" и пищевыми предприятиями увеличивается с каждым годом. *"Растет производство всевозможных полуфабрикатов, а для них, конечно, предпочтительнее использовать "экстру", - говорит Евгений Потапенко, замдиректора российского ТД "Соль".*

Помимо этого, соль различается по помолу - размеру соляного зерна. Для розничной продажи пищевая соль фасуется в картон или полиэтилен по 1 кг.

Также сегодня выпускается пищевая соль с добавками йода, фтора или приправ. Йодированная пищевая соль является поваренной солью, в состав которой вводится минеральное вещество йод. В последнее время в такую соль принято добавлять еще одно минеральное вещество - фтор, а точнее фторид калия. Соотношение этой добавки и соли составляет около 250 мг на килограмм. Для взрослых эффективная профилактика кариеса может быть обеспечена за счет дополнительного поступления в организм одного миллиграмма фторидов в день. Обычно же в нашей пище содержится лишь только 0,5-0,7 мг.

ОСНОВНЫЕ СТРАНЫ-ИМПОРТЕРЫ

Импорт устойчиво растет. Если в 2001 г. из Украины в Россию поступило около 650 тыс. тонн соли, то в 2002 г. ввоз преодолел отметку в 732 тыс. тонн., в 2004 году импорт соли из Украины составил 855,7 тыс. тонн., то в 2005 - 1132,8 тыс. тонн.

ТАБЛИЦА 3. ИМПОРТ ПОВАРЕННОЙ СОЛИ В 2004 Г: ДЕСЯТКА КРУПНЕЙШИХ СТРАН ОТПРАВЛЕНИЯ

Страна отправления	Вес, кг	Стоимость, \$	Вес%	Стоимость%
Украина	865614993	19488672	98,63%	87,71%
Дания	4846284	811823	0,55%	3,65%
Нидерланды	1922694	523270	0,22%	2,35%
Литва	1210714	310771	0,14%	1,40%
Германия	295689	252835	0,03%	1,14%
Норвегия	1360750	152581	0,16%	0,69%
Финляндия	465176	116733	0,05%	0,53%
Словения	348290	115097	0,04%	0,52%
Венгрия	117599	79295	0,01%	0,36%
Франция	35485	60129	0,00%	0,27%
Другие	1376865	308678	0,16%	1,39%
Всего	877594539	22219884	100,00%	100,00%

Источник: "Таможенная статистика Российской Федерации" за 2004 г.

Основными импортерами поваренной соли как 2004 году, так и в 2005 являются Украина, Дания и Нидерланды. Однако следует отметить снижение доли импорта поваренной соли из Украины от общего объема импорта в Россию на 3,3 процента в денежном выражении и очень незначительное снижение объема импорта в натуральном выражении. По остальным странам изменения объемов и структуры поставок не столь значительные. Данный факт является косвенным свидетельством повышения стоимости импортируемой из Украины соли.

Таблица 4. Импорт поваренной соли в 2005 г: десятка крупнейших стран отправления, по стоимости

СТРАНА ОТПРАВЛЕНИЯ	%, ОТ ОБЩЕЙ СТОИМОСТИ	СТОИМОСТЬ,\$
Украина	84,4	25949756
Дания	3,0	926664
Нидерланды	2,3	707419
Литва	1,7	531411
Германия	1,7	511210
Польша	1,3	394017
Эстония	1,2	365159
Словения	0,8	231828
Норвегия	0,7	211656
Великобритания	0,6	183830
Другие	2,4	744348
Всего	100,0	30757298

Источник: "Таможенная статистика Российской Федерации" за 2005 г.



Маркетинговое Агентство Step by Step работает на рынке маркетинговых услуг 5 лет. Сегодня мы активные участники следующих **рынков**:

- Рынок недвижимости
- Рынок торговой недвижимости
- Рынок торговых предприятий
- Рынок промышленных предприятий
- Рынок HoReCa
- ИТ-рынок

Готовые инициативные исследования занимают в портфеле нашего Агентства значительную долю. На сегодняшний день мы являемся лидерами рынка инициативных исследований. В портфеле Маркетингового Агентства 100 готовых исследований (с каждым днем их количество увеличивается) по ключевым направлениям работы Агентства, а так же по многим перспективным и развивающимся рынкам.

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**. Благодаря этому, мы предлагаем:

- Услугу «Бесплатный вызов» из регионов (8-800)
- Актуализация и формирование баз данных.
- Исходящий и входящий телемаркетинг
- Интервьюирование потребителей
- Оценку эффективности рекламы
- Информационную поддержку рекламных и PR-акций
- Маркетинговое Агентство Step by Step предлагает своим Заказчикам услуги по разработке бизнес-планов, по проведению экспертизы уже существующих бизнес-планов у сертифицированных специалистов и лидеров рынка
- Наши специалисты помогут вам в кратчайшие сроки ввести на предприятии систему бизнес-планирования, подготовят необходимые документы и обоснования, проведут специализированные тренинги, минимизируют издержки

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, Медialog, Алькотрейдинг, ассоциации экспортеров Бразилии (APEX), ЗАО «Детский мир», АРТ-Билдинг и многие другие.