

РОССИЙСКИЙ РЫНОК СПЕЦИЙ, ПРИПРАВ И ПРЯНОСТЕЙ (ВЫПУСК 3)

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:
Май 2010 г.**

г. Москва

STEP BY STEP



Содержание	
Аннотация.....	4
Полное содержание исследования	5
<i>Список диаграмм</i>	<i>7</i>
<i>Список таблиц.....</i>	<i>7</i>
<i>Список схем</i>	<i>8</i>
Выдержки из исследования	9
<i>Описание влияющих Рынков</i>	<i>9</i>
<i>Рынок растениеводства.....</i>	<i>9</i>
Сегментация рынка.....	10
<i>Определение продукции</i>	<i>10</i>
<i>Сегментирование продукции по основным наименованиям.....</i>	<i>11</i>
Основные количественные характеристики Рынка	12
<i>Объемы рынка.....</i>	<i>12</i>
<i>Темпы роста</i>	<i>12</i>
<i>Влияние сезонности на Рынок.....</i>	<i>12</i>
Объемы импорта и экспорта	13
<i>Соотношение объемов импорта и экспорта.....</i>	<i>14</i>
<i>Объемы импорта</i>	<i>15</i>
<i>Основные страны-импортеры</i>	<i>15</i>
<i>Основные страны-производители импорта</i>	<i>15</i>
<i>Объемы экспорта</i>	<i>16</i>
<i>Основные страны-экспортеры.....</i>	<i>16</i>
<i>Основные страны-производители экспорта.....</i>	<i>16</i>
Конкурентный анализ.....	17
<i>Основные параметры конкуренции</i>	<i>17</i>
<i>Основные производители. Описание профилей крупнейших компаний</i>	<i>17</i>
<i>Сравнительная характеристика крупнейших игроков</i>	<i>17</i>

Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями.....	19
<i>Конкуренция между крупнейшими дистрибьюторами и оптовыми компаниями.....</i>	<i>19</i>
Сравнительная характеристика крупнейших оптовых компаний	19
<i>Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора.....</i>	<i>21</i>
Сравнительная характеристика крупнейших сетевых розничных компаний по основным описательным параметрам и стратегии их развития.....	21
Тенденции в направлении конкуренции между компаниями розничного сектора	23
Анализ потребителей.....	24
<i>Описание потребителей.....</i>	<i>24</i>
<i>Сегментация потребителей с описанием и количественной оценкой сегментов.....</i>	<i>24</i>
В2С рынки.....	24
В2В рынки	24
<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>
Обобщающие выводы по отчету	26
<i>STEP-анализ Рынка.....</i>	<i>26</i>
<i>Факторы, сдерживающие развитие Рынка</i>	<i>26</i>

АННОТАЦИЯ

Цель исследования: **анализ текущей ситуации на рынке специй, пряностей и приправ 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: 82 стр.

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 15 диаграмм, 12 таблиц, 2 схемы

ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

1	Введение		5
2	Методологическая часть		6
	2.1	<i>Описание типа исследования</i>	6
	2.2	<i>Объект исследования</i>	6
	2.3	<i>Цели и задачи исследования</i>	6
	2.4	<i>География исследования</i>	6
	2.5	<i>Время проведения исследования</i>	6
	2.6	<i>Методы сбора данных</i>	6
3	Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок		8
	3.1	<i>Общая экономическая ситуация</i>	8
	3.1.1	<i>Динамика валового внутреннего продукта</i>	8
	3.1.2	<i>Промышленное производство</i>	9
	3.1.3	<i>Уровень инфляции</i>	11
	3.1.4	<i>Уровень доходов населения</i>	12
	3.2	<i>Влияние кризиса на рынок и прогнозы развития</i>	13
	3.2.1	<i>Влияние кризиса</i>	13
	3.2.2	<i>Прогнозы развития</i>	13
4	Описание влияющих Рынков		14
	4.1	<i>Рынок растениеводства</i>	14
	4.1.1	<i>Сегментация рынка</i>	14
	4.1.2	<i>Объемы рынка</i>	16
	4.1.3	<i>Государственная поддержка</i>	18
5	Сегментация рынка		21
	5.1	<i>Определение продукции</i>	21
	5.2	<i>Сегментирование продукции по основным наименованиям</i>	23
	5.3	<i>Сегментирование Продукции по видам упаковки</i>	26
	5.4	<i>Область применения специй и приправ</i>	28
	5.5	<i>Ценовое сегментирование Продукции</i>	29
	5.6	<i>Тенденции различных сегментах Продукции</i>	30
6	Основные количественные характеристики Рынка		31
	6.1	<i>Объемы рынка</i>	31
	6.2	<i>Темпы роста</i>	31
	6.3	<i>Влияние сезонности на Рынок</i>	33
7	Сбытовая структура Рынка		35
	7.1	<i>Цепочка движения товара</i>	35

7.2	<i>Краткое описание основных сегментов участников Рынка</i>		38
	7.2.1	Производители Продукции	38
	7.2.2	Дистрибьюторы продукции	39
	7.2.3	Розничный сектор	39
7.3	<i>Основные принципы ценообразования</i>		41
8	Объемы импорта и экспорта		43
	8.1	<i>Соотношение объемов импорта и экспорта</i>	44
	8.2	<i>Объемы импорта</i>	45
	8.2.1	Основные страны-импортеры	45
	8.2.2	Основные страны-производители импорта	46
	8.3	<i>Объемы экспорта</i>	46
	8.3.1	Основные страны-экспортеры	46
	8.3.2	Основные страны-производители экспорта	47
9	Конкурентный анализ		49
	9.0.1	Основные параметры конкуренции	49
	9.1	<i>Основные производители. Описание профилей крупнейших компаний</i>	49
	9.1.1	Сравнительная характеристика крупнейших игроков	52
	9.1.2	Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями	56
	9.2	<i>Конкуренция между крупнейшими дистрибьюторами и оптовыми компаниями</i>	58
	9.2.1	Сравнительная характеристика крупнейших оптовых компаний	61
	9.3	<i>Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора</i>	64
	9.3.1	Сравнительная характеристика крупнейших сетевых розничных компаний по основным описательным параметрам и стратегии их развития	65
	9.3.2	Тенденции в направлении конкуренции между компаниями розничного сектора	68
10	Анализ потребителей		70
	10.1	<i>Описание потребителей</i>	70
	10.2	<i>Сегментация потребителей с описанием и количественной оценкой сегментов</i>	70
	10.2.1	В2С рынки	70
	10.2.2	В2В рынки	70
	10.3	<i>Уровень потребления Продукции по видам и брендам Продукции</i>	71
	10.3.1	По видам	71
	10.3.2	По брендам	71
	10.4	<i>Степень активности в потреблении Продукции</i>	72
	10.5	<i>Потребительские предпочтения</i>	74
	10.6	<i>Потребительские мотивации и поведение при покупке Продукции или Услуги</i>	76
	10.7	<i>Зависимость спроса на Продукцию или Услуги от различных</i>	78

		<i>характеристик потребителя. Эластичность спроса.</i>	
	10.8	<i>Медиа-предпочтения потребителей (отношение к источникам и формам рекламы Продукции или Услуги)</i>	78
11	Обобщающие выводы по отчету		79
	11.1	<i>STEP-анализ Рынка</i>	79
	11.2	<i>Факторы, сдерживающие развитие Рынка</i>	79
12	Общие выводы по отчету		81

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 натуральном выражении, 2009г.
- Диаграмма 10. Соотношение долей наиболее предпочитаемых потребителями типов упаковки
- Диаграмма 11. Темпы роста рынка специй и приправ в натуральном и денежном выражении, 2008-2010 гг., %
- Диаграмма 12. Темпы роста отдельных сегментов рынка специй и приправ, 2009 г., %
- Диаграмма 13. Структура употребления специй, пряностей и приправ по видам, %
- Диаграмма 14. Структура употребления специй, пряностей и приправ по брендам, %
- Диаграмма 15. 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 ценообразования на рынке настенных покрытий

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.

....

Таблица 1. ОБЪЕМ УРОЖАЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ КУЛЬТУР В 2009 ГОДУ

Название с/х культуры	Объем урожая, млн.т.		Соотношение объема урожая 2009 г. к 2008 г, %
	2008	2009	
Пшеница			
Ячмень			
Кукуруза			
Подсолнечник			
Сахарная свекла			
Картофель			
Овощи			

Источник: Госкомстат

....

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.

...

Специями называют наборы наиболее ходовых пряностей (красный и черный перец, гвоздика, корица, лавровый лист) и приправ (соль, сахар, уксус и столовая горчица). Аромата они не имеют и способны изменять вкус пищи значительно, а не в нюансах, как это свойственно пряностям: соленый, сладкий, острый. Они 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. В отличие от приправ, они используются только для того, чтобы изменить основной вкус.

Приправы – это сухие смеси нескольких ингредиентов. В зависимости от сложности приготовления приправы делятся на простые (томатная паста) и сложные (все виды соусов, взвары, аджика). 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.

...

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПРОДУКЦИИ ПО ОСНОВНЫМ НАИМЕНОВАНИЯМ

По виду категория специй делится на три основных сегмента¹:

- Первый сегмент ...
- Ко второму сегменту –
- К третьему исследуемому направлению относятся

....

По типам разделяют:

-
-

....

В зависимости от того, **из какой части растения** изготавливаются пряности, их классифицируют на:

-
-

....

В зависимости **от сложности приготовления** приправы делятся на:

-
-

....

Пряности имеют следующие **виды**:

-
-

....

¹ Согласно исследованиям MEMRB Retail Tracking Services

ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА

ОБЪЕМЫ РЫНКА

Сегодня рынок пряностей развивается очень динамично. Несмотря на финансовый кризис, российский рынок приправ по-прежнему демонстрирует ежегодный прирост – как в стоимостном, так и в натуральном выражении. ежегодный объем рынка в целом оценивается приблизительно в \$... млн. в розничных ценах.

ТЕМПЫ РОСТА

....

Прирост рынка в стоимостном и натуральном выражении за 2006-2008 годы составил ... и ...%, соответственно. При этом скачкообразного эффекта в развитии не наблюдалось. Если сравнивать, например, данные 2008 года с сопоставимыми периодами 2007-го, то заметен приблизительно одинаковый ежегодный темп прироста отрасли: в денежном и количественном выражении он составил соответственно% и ...%

В 2009 г. темпы роста этого рынка чуть замедлились. Объем производства в тоннаже вырос незначительно – от ... до%

....

ВЛИЯНИЕ СЕЗОННОСТИ НА РЫНОК

....

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 2. Коды ТН ВЭД для анализа импорта и экспорта на рынке

Код	Расшифровка
0712	Овощи сушеные, целые, нарезанные кусками, ломтиками, измельченные или в виде порошка, но не подвергнутые дальнейшей обработке
0904	Перец рода Piper; плоды рода Capsicum или рода Pimenta, сушеные, дробленые или молотые
0905	Ваниль
0906	Корица и цветки коричневого дерева
0907	Гвоздика (целые плоды, цветки и цветоножки)
0908	Мускатный орех, мацис и кардамон
0909	Семена аниса, бадьяна, фенхеля, кориандра, тмина римского, или тмина волошского, или тмина; ягоды можжевельника
0910	Имбирь, шафран, турмерик (куркума), тимьян, или чабрец, лавровый лист, карри и прочие пряности

Источник: МА Step by Step

Для анализа используются следующие основные термины, характеризующие путь товара через таможню:

- Страна-импортер - страна, откуда вывезен товар, место последнего прохождения таможни
- Страна-получатель - страна, в которую вывозится товар из России
- Страна-производитель - страна, в которой расположены производственные мощности компании-производителя
- Статистическая стоимость товара – сумма в долларах, на которую был ввезен товар из той или иной страны или за отчетный период в целом. Исчисляется в долларах.
- Вес ввезенного товара. Исчисляется в килограммах.

Расчеты, основывающиеся на официальной таможенной статистке, не полностью отражают ситуацию рынка в связи с наличием на нем «серого» (неучтенного) импорта и экспорта. Для получения более достоверной картины необходимо учитывать информацию, полученную от экспертов рынка.

СООТНОШЕНИЕ ОБЪЕМОВ ИМПОРТА И ЭКСПОРТА

ТАБЛИЦА 3. СООТНОШЕНИЕ ОБЪЕМОВ ИМПОРТА И ЭКСПОРТА СПЕЦИЙ, ПРИПРАВ И ПРЯНОСТЕЙ В НАТУРАЛЬНОМ И ДЕНЕЖНОМ ВЫРАЖЕНИИ В ОТДЕЛЬНЫХ КАТЕГОРИЯХ ТОВАРА, 2009Г.

	кг	кг (%)	\$	\$(%)
Импорт				
Экспорт				
Общий итог				

Источник: Таможенные базы, 2009г.

...

ТАБЛИЦА 4. 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, %	\$	%, %
Овощи сушеные								
Перец								
Ваниль								
Корица								
Гвоздика								
Мускатный орех								
Анис, бадьян, фенхель, кориандр, тмин; ягоды можжевельника								
Имбирь, шафран, куркума, тимьян, лавровый лист, карри и пр.								
Итого								

Источник: Таможенные базы, 2009г.

...

ОБЪЕМЫ ИМПОРТА**ОСНОВНЫЕ СТРАНЫ-ИМПОРТЕРЫ****Таблица 5. Основные страны-импортеры специй, приправ и пряностей в натуральном и денежном выражении, 2009 г.**

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

Источник: Таможенные базы, 2009г.

....

ОСНОВНЫЕ СТРАНЫ-ПРОИЗВОДИТЕЛИ ИМПОРТА

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

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

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

Итого					

Источник: Таможенные базы, 2009г.

....

ОБЪЕМЫ ЭКСПОРТА

ОСНОВНЫЕ СТРАНЫ-ЭКСПОРТЕРЫ

ТАБЛИЦА 7. ОСНОВНЫЕ СТРАНЫ-ЭКСПОРТЕРЫ СПЕЦИЙ, ПРИПРАВ И ПРЯНОСТЕЙ В НАТУРАЛЬНОМ И ДЕНЕЖНОМ ВЫРАЖЕНИИ, 2009 г.

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

Источник: Таможенные базы, 2009г.

....

ОСНОВНЫЕ СТРАНЫ-ПРОИЗВОДИТЕЛИ ЭКСПОРТА

....

КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ

ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ КОНКУРЕНЦИИ

Конкуренция на рынке специй и приправ ведется по следующим параметра:

- Цена продукции,
- Качество продукции,
- Ширирина 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

.....

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КРУПНЕЙШИХ ИГРОКОВ

Приведем данные в табличный вид.

ТАБЛИЦА 8. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ИГРОКОВ РЫНКА ПО ОСНОВНЫМ ПАРАМЕТРАМ

Компании	Год основания	Географический охват	Ассортимент выпускаемой продукции	Ассортимент специй и приправ	Основные бренды специй и приправ	Сильные стороны
Иностранные производители						
Отечественные производители						

Источник: MA Step by Step

...

ТЕНДЕНЦИИ В НАПРАВЛЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ МЕЖДУ КРУПНЕЙШИМИ ПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ

...

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.

....

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КРУПНЕЙШИХ ОПТОВЫХ КОМПАНИЙ

Приведем данные в табличный вид.

ТАБЛИЦА 9. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ИГРОКОВ РЫНКА ПО ОСНОВНЫМ ПАРАМЕТРАМ

Компании	Год основания	Географический охват	Ассортимент продукции	Основные бренды	Сильные стороны

Источник: MA Step by Step

....

КОНКУРЕНЦИЯ МЕЖДУ КРУПНЕЙШИМИ КОМПАНИЯМИ РОЗНИЧНОГО СЕКТОРА

.....

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.

ТАБЛИЦА 10. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНЫХ ИГРОКОВ РОЗНИЧНОГО СЕКТОРА

Основные игроки	Оборот организации, 2008	Темпы роста, %	Кол-во магазинов	Магазины	Формат магазина	География бизнеса	Основные методы продвижения

Источник: MA Step by Step

....

**ТЕНДЕНЦИИ В НАПРАВЛЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ МЕЖДУ КОМПАНИЯМИ
РОЗНИЧНОГО СЕКТОРА**

....

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 домохозяйства. Особенность данного сегмента заключается в специфике потребления людей живущих в различных климатических зонах РФ. Это связано с особенностями местной культуры и традиционной для каждого региона кухней. В данном сегменте товаром являются исключительно фасованные специи, причём в качестве фасовки могут выступать как элегантные стеклянные и фарфоровые ёмкости, так и простые бумажные пакетики.

Каналы сбыта продаж:

- Супер-, гипермаркеты
- Минимаркеты
- Прод.магазины
- Булочные/кондитерские
- Киоски, павильоны
- Открытые рынки

В2В рынки

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

- Пищевые комбинаты
- Мясоперерабатывающие комбинаты
- Рыбоперерабатывающие комбинаты
- Предприятия овощной консервации
- Хлебопекарное производство

- Кондитерские предприятия
- Предприятия молочной промышленности
- Ликероводочные предприятия
- Предприятия сферы общественного питания.

УРОВЕНЬ ПОТРЕБЛЕНИЯ ПРОДУКЦИИ ПО ВИДАМ И БРЕНДАМ ПРОДУКЦИИ

По видам

Говоря о потреблении специй, пряностей и приправ среди населения, можно выделить следующую тенденцию:

-
 -
-

По брендам

Что касается потребления специй, пряностей и приправ по брендам, то:

-
 -
-

СТЕПЕНЬ АКТИВНОСТИ В ПОТРЕБЛЕНИИ ПРОДУКЦИИ

Традиционными для России специями являются:

- | | |
|---------------------------|-------------------|
| • базилик, | • лавровый лист, |
| • гвоздика, | • мускатный орех, |
| • корица, | • мята, |
| • красный и черный перец, | • розмарин, |
| • кунжут, | • тмин. |
-

ОБОБЩАЮЩИЕ ВЫВОДЫ ПО ОТЧЕТУ

STEP-АНАЛИЗ РЫНКА

STEP – 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.

ТАБЛИЦА 8. STEP-АНАЛИЗ

Факторы внешней среды	Степень влияния факторов
•	
•	
•	
•	

Источник: МА Step by Step

ФАКТОРЫ, СДЕРЖИВАЮЩИЕ РАЗВИТИЕ РЫНКА

-

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