

Название отчета	<b>КАБИНЕТНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РОССИЙСКОГО РЫНКА СПЕЦИЙ, ПРИПРАВ И ПРЯНОСТЕЙ</b>	
Название компании-исполнителя	Группа компаний Step by Step	
Дата выхода отчета	25.07.2013	
Количество страниц	146 стр.	
Язык отчета	русский	
Стоимость (руб.)	25 000 руб.	
Полное описание отчета (цель, методы, структура, источники информации, выдержки из текста, графическая информация, диаграммы-примеры и т.п.) – не более 2-х стр.А4	<p><b>Цель исследования:</b> анализ текущей ситуации на рынке</p> <p><b>Задачи исследования:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Описание макроэкономической ситуации на Рынке</li> <li>• Выделение основных сегментов Рынка</li> <li>• Определение основных количественных характеристик Рынка</li> <li>• Описание структуры Рынка</li> <li>• Выявление основных игроков на Рынке</li> <li>• Выявление основных факторов, влияющих на Рынок</li> <li>• Выявление основных тенденций Рынка</li> <li>• Описание потребителей на Рынке</li> </ul> <p><b>Выдержки из исследования:</b>                  В 2012 объем российского рынка специй составил порядка ... тыс. тонн в натуральном выражении.                  Объем российского рынка специй в стоимостном выражении в 2012 году колебался в пределах ..... млн. USD.                  В структуре импорта в 2012 году доминируют измельченные овощи (....%), семена и плоды прочих масличных культур (....), перец (...). В Российскую Федерацию большинство специй, приправ и пряностей поставляются из ... (....%) и ... ..%                  На протяжении 2010-2012гг. наибольшим доверием потребителей пользуется бренд.....                  По прогнозам к 2015 году объем рынка специй, приправ и пряностей составит порядка ....млрд. USD.                  Основными производителями специй представленных на российском рынке являются.....</p>	
Подробное оглавление/содержание отчета	1 <b>Введение</b> 2 <b>Список терминов и определений</b> 3 <b>Методологическая часть</b> 3.1 <i>Описание типа исследования</i> 3.2 <i>Объект исследования</i> 3.3 <i>Цели и задачи исследования</i> 3.4 <i>География исследования</i> 3.5 <i>Время проведения исследования</i> 3.6 <i>Методы сбора данных</i> 4 <b>Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок</b> 4.1 <i>Общэкономическая ситуация в России</i> Динамика валового внутреннего продукта 4.1.1 Промышленное производство 4.1.2 Уровень инфляции 4.1.3 Уровень доходов населения 4.1.4 Инвестиции 4.1.5 Розничная торговля 4.1.6	5 6 8 8 8 8 8 8 9 10 10 10 12 13 15 17 18

		Влияние макроэкономических факторов на развитие изучаемого рынка	19
5		<b>Описание отрасли. Пищевая промышленность</b>	<b>20</b>
		<i>Пищевая промышленность (Производство пищевых продуктов)</i>	20
5.1		Основные показатели пищевой промышленности России	20
	5.1.1	Прогноз развития пищевой промышленности РФ до 2020 года	28
	5.1.2	Тенденции в пищевой промышленности	31
	5.1.3		
5.2		<i>Описание влияющих Рынков</i>	36
5.3		<i>Описание смежных рынков</i>	38
	5.3.1	Рынок соли	38
	5.3.2	Сегментация	38
	5.3.3	Объем производства	39
	5.3.4	Внешняя торговля	41
	5.3.5	Объем рынка и структура	41
	5.3.6	Ценообразование	42
6		<b>Сегментация рынка</b>	<b>43</b>
	6.1	<i>Структура рынка</i>	43
		<i>Сегментирование продукции по основным наименованиям</i>	44
	6.2		
	6.3	<i>Сегментирование Продукции по видам упаковки</i>	46
	6.4	<i>Ценовое сегментирование Продукции</i>	48
	6.5	<i>Тенденции в различных сегментах Продукции</i>	51
		Тенденции в сегментах различных видов Продукции	51
	6.5.1		
	6.5.2	Тенденции в сегментах упаковки	53
7		<b>Основные количественные характеристики Рынка</b>	<b>54</b>
	7.1	<i>Объем реализации продукции производителем</i>	54
		Региональная структура реализации продукции российского производства	55
	7.1.1		
	7.2	<i>Объем и емкость Рынка</i>	56
		Объем Рынка в денежном выражении	56
	7.2.1		
		Объем Рынка в натуральном выражении	58
	7.2.2		
	7.3	<i>Влияние сезонности на Рынок</i>	58
8		<b>Объемы импорта и экспорта</b>	<b>60</b>
	8.1	<i>Динамика внешней торговли</i>	61
		<i>Импорт</i>	67
	8.2	<i>т</i>	
		<i>Экспорт</i>	69
	8.3	<i>т</i>	
		<i>Основные тенденции в направлении импорта и экспорта</i>	71
	8.4		
9		<b>Сбытовая структура Рынка</b>	<b>72</b>
	9.1	<i>Цепочка движения товара</i>	72
		<i>Краткое описание основных сегментов участников Рынка</i>	75
	9.2		
		Производители Продукции	75
	9.2.1		

	9.2.2	Дистрибьюторы продукции	75
	9.2.3	Розничный сектор	76
	9.3	<i>Основные принципы ценообразования</i>	77
10		<b>Конкурентный анализ</b>	<b>79</b>
	10.1	<i>Основные параметры конкуренции</i>	79
	10.2	<i>Основные производители.</i>	79
	10.3	<i>Описание профилей крупнейших компаний производителей</i>	81
	10.3.1	Резюме	96
		Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями	96
	10.3.2	<i>Конкуренция между крупнейшими дистрибьюторами и оптовыми компаниями</i>	98
	10.4	<i>Описание профилей крупнейших компаний оптового сектора</i>	99
	10.4.1	Резюме	109
	10.4.2	Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими дистрибьюторами и оптовыми компаниями	109
	10.4.3	<i>Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора</i>	111
	10.5	<i>Основные розничные компании рынка</i>	111
	10.5.1	Резюме	112
	10.5.2	<i>Описание профилей крупнейших компаний</i>	114
	10.5.3	<i>Сравнительная характеристика основных розничных компаний на рынке</i>	129
	10.5.4	Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими предприятиями розничного сектора	134
	10.5.5		
11		<b>Анализ потребителей</b>	<b>135</b>
	11.1	<i>Описание потребителей</i>	135
	11.2	<i>Сегментация потребителей с описанием и количественной оценкой сегментов</i>	135
	11.2.1	B2C рынки	135
	11.2.2	B2B рынки	135
	11.3	<i>Потребительские мотивации и поведение при покупке Продукции</i>	136
	11.3.1	Мотивы покупки	136
	11.3.2	Зависимость спроса на Продукцию от различных характеристик потребителя.	136
	11.4	<i>Предпочтения потребителей</i>	136
	11.5	<i>Основные тенденции в потребительском сегменте</i>	138
12		<b>Обобщающие выводы по отчету</b>	<b>139</b>
	12.1	<i>Факторы, влияющие на развитие Рынка</i>	139
	12.1	Step-анализ Рынка	139
	12.2	Факторы, благоприятствующие развитию Рынка	141
	12.2	<i>Анализ рисков</i>	141
	12.2.1	Сдерживающие факторы Рынка/анализ рисков	142

	12.3 <i>Прогнозы развития рынка</i>	143
	13 <b>Общие выводы по отчету</b>	<b>145</b>
Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков	<p>Диаграмма 1. Динамика ВВП с 2002-2012, трлн. RUR</p> <p>Диаграмма 2. Темпы прироста ВВП в текущих и ценах 2002 года в 2003-2012 гг., %</p> <p>Диаграмма 3. Динамика ВВП в январе–мае 2012-2013гг. трлн.RUR, %</p> <p>Диаграмма 4. Динамика темпов роста промышленного производства за 2012-январь-май 2013гг., %</p> <p>Диаграмма 5. Динамика темпов прироста цен на потребительские товары в 2002-2012гг, %</p> <p>Диаграмма 6. Динамика темпов прироста цен на промышленные товары в 2002-2012гг, %</p> <p>Диаграмма 7. Темп роста цен промышленные и потребительские товары нарастающим итогом за январь-май 2013 года, %</p> <p>Диаграмма 8. Динамика номинальной среднемесячной заработной платы с 2002 по 2012 (октябрь) гг., тыс. руб.</p> <p>Диаграмма 9. Динамика среднемесячной заработной платы в январе-мае 2012-2013гг., тыс. руб., %</p> <p>Диаграмма 10. Динамика объема инвестиций в основной капитал в 2002-2012гг., трлн. руб.</p> <p>Диаграмма 11. Динамика оборота розничной торговли в РФ в 2002-2012гг., млрд. руб.</p> <p>Диаграмма 12. Динамика оборотов розничной торговли в январе-мае 2012-2013 млрд. RUR, %</p> <p>Диаграмма 13. Динамика стоимости отгруженных производителями товаров по подразделу «Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака» в 2007-2012 гг., млн. руб.</p> <p>Диаграмма 14. Цепные темпы прироста стоимости отгруженных производителями товаров по подразделу «Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака» в 2007-2012 гг., %</p> <p>Диаграмма 15. Цепные темпы прироста затрат на производство и реализацию продукции «Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака» в 2007-2011 гг., %</p> <p>Диаграмма 16. Структура стоимости отгруженных производителями товаров по подразделу «Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака» в 2012 г., %</p> <p>Диаграмма 17. Динамика выращивания горчицы в РФ в 2008-2011гг., тыс. центнеров</p> <p>Диаграмма 18. Структура выращивания горчицы по видам хозяйств в 2012 году, %</p> <p>Диаграмма 19. Региональная структура выращивания горчицы в 2012 году, %</p> <p>Диаграмма 20. Динамика объема добычи соли в 2002-2009, млн. тонн</p> <p>Диаграмма 21. Динамика производства соли за январь-май 2013 года, тыс. тонн, %</p> <p>Диаграмма 22. Структура отечественного рынка соли по происхождению, %</p> <p>Диаграмма 23. Распределение специй, приправ и пряностей в общем рыночном объеме, %</p> <p>Диаграмма 24. Соотношение долей наиболее предпочитаемых потребителями типов упаковки</p> <p>Диаграмма 25. Динамика реализации продукции по ВЭД 15.87 в мае 2011 – 2012 году, млн. RUR, %</p> <p>Диаграмма 26. Динамика реализации пряностей и приправ в январе мае 2012-2013гг., млн. RUR, %</p> <p>Диаграмма 27. Региональная структура реализации пряностей и приправ российского производства в 2012 году, %</p> <p>Диаграмма 28. Прогноз объемов и темпов роста рынка специй, приправ и пряностей с 2013 по 2020 гг., млн. USD</p> <p>Таблица 1. Оценка возможного влияния макроэкономических факторов на российский рынок специй</p>	

	<p>Таблица 2. Помесячная динамика стоимости отгруженных производителями товаров по подразделу «Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака» в 2007-2012 гг., млн. руб.</p> <p>Таблица 3. Динамика затрат на производство и реализацию продукции «Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака» в 2007-2011 гг., млн. руб.</p> <p>Таблица 4. Стоимость отгруженных производителями товаров по подразделу «Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака» в 2012 гг. по федеральным округам РФ, млн. руб.</p> <p>Таблица 5. Стоимость отгруженных производителями товаров по подразделу «Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака» в 2012 г., млн. руб.</p> <p>Таблица 6. Индексы цен производителей по подразделу «Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака» в 2011-2012 г., %</p> <p>Таблица 7. Потребление основных продуктов питания в Российской Федерации на душу населения в 2007-2011 гг., кг</p> <p>Таблица 8. Индикаторы развития пищевой и перерабатывающей промышленности в 2013-2020 гг.</p> <p>Таблица 9. Анализ отдельных ключевых событий в агропродовольственной отрасли за 2011- 2013гг.</p> <p>Таблица 10. Объем производства соли в 2010-2012 гг., тонн</p> <p>Таблица 11. Видовая структура производства соли в 2010-2012гг., %</p> <p>Таблица 12. Внешняя торговля солью в 2012 году</p> <p>Таблица 13. Исходные и расчетные данные объема рынка соли в Российской Федерации в 2012 году</p> <p>Таблица 14. Свойства специй, приправ и пряностей</p> <p>Таблица 15. Ценовое сегментирование рынка специй, приправ и пряностей, руб/упак.</p> <p>Таблица 16. Анализ цен на специи в Интернет-магазине Утконос</p> <p>Таблица 17. Исходные и расчетные данные для определения объема рынка специй, приправ и пряностей в 2011 году</p> <p>Таблица 18. Исходные и расчетные показатели объема для определения объема рынка специй, приправ и пряностей в 2012 году</p> <p>Таблица 19. Таможенные коды специй, приправ и пряностей</p> <p>Таблица 20. Объем импорта и экспорта, 2011 г.</p> <p>Таблица 21. Импорт специй, приправ и пряностей в натуральном и денежном выражении в отдельных категориях товара, 2011 г.</p> <p>Таблица 22. Экспорт специй, приправ и пряностей в натуральном и денежном выражении в отдельных категориях товара, 2011 г.</p> <p>Таблица 23. Объем внешней торговли специями, приправами и пряностями в 2012 году</p> <p>Таблица 24. Товарная структура импорта специй, приправ и пряностей в 2012 году, %</p> <p>Таблица 25. Товарная структура экспорта специй, приправ и пряностей в 2012 году, %</p> <p>Таблица 26. Основные страны-импортеры специй, приправ и пряностей, 2011г.</p> <p>Таблица 27. Основные страны-производители импорта специй, приправ и пряностей в натуральном и денежном выражении, 2011г.</p> <p>Таблица 28. Импорт специй, пряностей и приправ в 2012 году по странам</p> <p>Таблица 29. Основные страны-экспортеры специй, приправ и пряностей в натуральном и денежном выражении, 2011г.</p> <p>Таблица 30. Основные страны-производители экспорта специй, приправ и пряностей в натуральном и денежном выражении, 2011г.</p> <p>Таблица 31. Экспорт специй, пряностей и приправ в 2012 году по странам</p> <p>Таблица 32. Крупнейшие компании производители, представленные на российском рынке специй, приправ и пряностей</p> <p>Таблица 33. Сравнительная характеристика игроков рынка по основным параметрам</p> <p>Таблица 34. Крупнейшие компании оптового рынка, представленные на</p>
--	---

	российском рынке специй, приправ и пряностей Таблица 35. Сравнительная характеристика дистрибьюторов по основным параметрам Таблица 36. Основные сведения об основных розничных компаниях в 2012 году Таблица 37. Анализ параметров конкуренции основных розничных сетей по сегментации по ценам в 2012 году Таблица 38. Анализ параметров конкуренции основных розничных сетей по формату магазинов в 2012 году Таблица 39. Сравнительная характеристика основных компаний розничного сектора на рынке Таблица 40. Торговые марки, пользующиеся наибольшим доверием потребителей в 2010-2012 гг. по версии издательского дома «Ридерз Дайджест» в сегменте Специи Таблица 41. Результаты Интернет-анализа запросов брендов приправ, специй и пряностей в июле 2013 году Таблица 42. Step-анализ рынка специй, приправ и пряностей Таблица 43. Возможные риски на рынке специй, приправ и пряностей Таблица 44. Исходные и расчетные данные для определения темпов прироста объема рынка в 2013 году, % Схема 1. Производство пряностей и приправ в системе ОКВЭД Схема 2. Цепочка движения товара Схема 3. Ценообразование на рынке специй, приправ и пряностей
Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба)	В печатном/ электронном формате
Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде)	ГИ_Специи_2013.pdf

Маркетинговое Агентство Step by Step специализируется в области корпоративного маркетинга. Мы оказываем широкий спектр услуг отделам маркетинга коммерческих компаний, от проведения практически любых исследовательских работ до содействия в реализации маркетинговых планов компании в случае недостатка собственных ресурсов подразделения (например, в связи с открытием нового проекта или крупным мероприятием).

Маркетинговое Агентство Step by Step объединяет в себе такие качества как комплексный подход к задаче, свойственный управленческим консультантам, и владение современными методиками маркетинговых исследований, присущее исследовательским компаниям.

Маркетинговое Агентство Step by Step специализируется на следующих сегментах рынка:

- Рынок промышленных предприятий (Business-to-Business рынок)
- ИТТ – рынок
- Рынок торгово-розничных предприятий
- Рынок отдыха и развлечений
- Рынок предприятий малого бизнеса

Маркетинговое Агентство Step by Step – член Национальной гильдии профессиональных консультантов, Гильдии маркетологов, Международной ассоциации ESOMAR.