Название отчета	**КАБИНЕТНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РОССИЙСКОГО РЫНКА СПЕЦИЙ, ПРИПРАВ И ПРЯНОСТЕЙ**
Название компании-исполнителя	Группа компаний Step by Step
Дата выхода отчета	18.12.2012
Количество страниц	116 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	**Цель исследования**: анализ текущей ситуации на рынке **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 • Выявление основных тенденций Рынка • Описание потребителей на Рынке **Выдержки из исследования:** В структуре российского рынка специй приправ и пряностей основная доля приходится на специи ..%, на приправы приходится …%, на пряности ..%. Наиболее предпочитаемыми для потребителей упаковками являются: □ …… □ . ….. □ . ….. За последнее время произошли изобретения новых видов специй, способствующих понизить холестерин, заменить соль и стать средством для похудения: □ ……. □ …… По оценки специалистов ГК Step by Step объем российского рынка специй в 2011 году колебался в пределах …… млн. USD. В 2011 году оборот внешней торговли в натуральном выражении составил ….. тыс. тонн, в стоимостном выражении – …. млн. USD. Сальдо внешнеторгового баланса было отрицательным и составило – ….. млн. USD. В качестве основной тенденции в направлении импорта и экспорта можно выделить ……. В настоящее время большую часть рынка приправ в России занимают зарубежные бренды таких компаний как: □ …… □ ……
Подробное оглавление/содержание отчета	1 **Введение** **5** 2 **Список терминов и определений** **6** 3 **Методологическая часть** **8** 3.1 *Описание типа исследования* *8* 3.2 *Объект исследования* *8* 3.3 *Цели и задачи исследования* *8* 3.4 *География исследования* *8* 3.5 *Время проведения исследования* *8* 3.6 *Методы сбора данных* *8*

4	**Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок**		**10**
4.1	*Общеэкономическая ситуация в России*		*10*
4.1.1	Динамика валового внутреннего продукта		10
4.1.2	Промышленное производство		13
4.1.3	Уровень инфляции		14
4.1.4	Уровень доходов населения		15
4.1.5	Инвестиции		17
4.1.6	Розничная торговля		18
4.1.7	Влияние макроэкономических факторов на развитие изучаемого рынка		20
5	**Описание отрасли. Пищевая промышленность**		**22**
5.1	*Пищевая промышленность (Производство пищевых продуктов)*		*22*
5.1.1	Тенденции в пищевой промышленности		25
5.2	*Описание влияющих Рынков*		*28*
5.3	*Описание смежных рынков*		*29*
5.3.1	Рынок соли		29
5.3.2	Сегментация		29
5.3.3	Объем производства		30
5.3.4	Ценообразование		31
6	**Сегментация рынка**		**32**
6.1	*Определение продукции*		*32*
6.2	*Сегментирование продукции по основным наименованиям*		*33*
6.3	*Сегментирование Продукции по видам упаковки*		*35*
6.4	*Ценовое сегментирование Продукции*		*36*
6.5	*Тенденции в различных сегментах Продукции*		*37*
6.5.1	Тенденции в сегментах различных видов Продукции		37
6.5.2	Тенденции в сегментах упаковки		38
7	**Основные количественные характеристики Рынка**		**39**
7.1	*Объем и емкость Рынка*		*39*
7.1.1	Объем Рынка в денежном выражении		39
7.1.2	Объем Рынка в натуральном выражении		41
7.2	*Влияние сезонности на Рынок*		*41*
8	**Объемы импорта и экспорта**		**43**
8.1	*Динамика внешней торговли*		*44*
8.2	*Импор т*		*46*
8.3	*Экспор т*		*48*
8.4	*Основные тенденции в направлении импорта и экспорта*		*50*
9	**Сбытовая структура Рынка**		**51**
9.1	*Цепочка движения товара*		*51*
9.2	*Краткое описание основных сегментов участников Рынка*		*54*

9.2.1	Производители Продукции	54
9.2.2	Дистрибьюторы продукции	54
9.2.3	Розничный сектор	55
9.3	*Основные принципы ценообразования*	*56*
10	**Конкурентный анализ**	**58**
10.1	*Основные параметры конкуренции*	58
10.2	*Основные производители. Описание профилей крупнейших компаний*	58
10.2.1	ООО «Нестле Россия»	59
10.2.2	ООО «Юнилевер СНГ»	60
10.2.3	Podravka d.d	60
10.2.4	Gallina Blanca S.A.	61
10.2.5	ГК «Арикон»	62
10.2.6	ЗАО Компания «Проксима»	63
10.2.7	ГК «Фарсис»	66
10.2.8	«Айдиго»	68
10.2.9	ООО «Аромадом»	70
10.2.10	Резюме	76
10.2.11	Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями	76
10.3	*Конкуренция между крупнейшими дистрибьюторами и оптовыми компаниями*	*77*
10.3.1	«Шаллер-Москва»	77
10.3.2	«АБ-Маркет»	77
10.3.3	«Австрия Спайс»	78
10.3.4	«Балтимпорт»	78
10.3.5	«Камис-приправы»	78
10.3.6	ООО «ТЦ Вымпел»	78
10.3.7	ЗАО «Промпоставка-М»	79
10.3.8	«Форт Трейд Фуд»	80
10.3.9	Резюме	83
10.3.10	Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими дистрибьюторами и оптовыми компаниями	83
10.4	*Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора*	*84*
10.4.1	«X5 Retail Group»	84
10.4.2	ОАО «Магнит»	89
10.4.3	«Groupe Auchan SA»	91
10.4.4	ОАО «ДИКСИ Групп»	94
10.4.5	METPO Group	97
10.4.6	ООО «Лента»	98
10.4.7	ОАО «Седьмой континент»	100
10.4.8	Резюме	106
10.4.9	Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими компаниями розничного сектора	106
11	**Анализ потребителей**	**108**
11.1	*Описание потребителей*	*108*

	11.2	*Сегментация потребителей с описанием и количественной оценкой сегментов*	*108*
	11.2.1	B2C рынки	108
	11.2.2	B2B рынки	108
	11.3	*Потребительские мотивации и поведение при покупке Продукции*	*109*
	11.3.1	Мотивы покупки	109
	11.3.2	Зависимость спроса на Продукцию от различных характеристик потребителя.	109
	11.4	*Предпочтения потребителей*	*109*
	11.5	*Основные тенденции в потребительском сегменте*	*110*
	12	**Обобщающие выводы по отчету**	**111**
	12.1	*Факторы, влияющие на развитие Рынка*	*111*
	12.1.1	Step-анализ Рынка	111
	12.1.2	Факторы, благоприятствующие развитию Рынка	113
	12.2	*Анализ рисков*	*113*
	12.2.1	Сдерживающие факторы Рынка/анализ рисков	114
	12.3	*Прогнозы развития рынка*	*114*
	13	**Общие выводы по отчету**	**115**

Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков

Диаграмма 1. Динамика ВВП с 2002-2012 (прогноз), трлн. RUR
Диаграмма 2. Темпы прироста ВВП в текущих ценах в 2003-2012 гг., %
Диаграмма 3. Темпы прироста ВВП в ценах 2002 года в 2003-2012гг., %
Диаграмма 4. Индекс физического объема ВВП в 2012 году, %
Диаграмма 5. Динамика цепных темпов роста за 1-3 кв. 2011-2012 (прогноз) гг., %
Диаграмма 6. Динамика темпов прироста цен на потребительские товары в 2002-2012гг, %
Диаграмма 7. Динамика темпов прироста цен на промышленные товары в 2002-2012гг, %
Диаграмма 8. Динамика номинальной среднемесячной заработной платы с 2002 по 2012 (октябрь) гг., тыс. руб.
Диаграмма 9. Динамика темпов прироста номинальной среднемесячной заработной платы с 2002 по 2012 гг., %
Диаграмма 10. Динамика среднемесячной зарплаты в январе-октябре 2011-2012гг., тыс. руб.
Диаграмма 11. Динамика объема инвестиций в основной капитал в 2002-2011гг., трлн. руб.
Диаграмма 12. Динамика оборота розничной торговли в РФ в 2002-2012гг., млрд. руб.
Диаграмма 13. Динамика темпов прироста оборота розничной торговли в 2003-2011гг., %
Диаграмма 14. Темпы прироста оборотов розничной торговли в январе-октябре 2012 года к аналогичным периодам 2011 года, %
Диаграмма 15. Оборот розничной торговли в январе-октябре 2012 года, млрд. рублей
Диаграмма 16. Динамика темпов прироста, объемов производства пищевых продуктов в 2002-2011гг., %
Диаграмма 17. Динамика стоимости отгруженных потребителю продуктов питания за 2002-2011гг., трлн. руб.
Диаграмма 18. Динамика стоимости отгруженных потребителю продуктов питания за январь – октябрь 2011-2012гг., трлн. рублей
Диаграмма 19. Динамика темпов прироста стоимости, отгруженных продуктов питания за 10 месяцев 2012 года к уровню 2011 года, %
Диаграмма 20. Динамика сезонных колебаний, объемов отгрузки продуктов

	питания в январе – октябре 2012 года, % Диаграмма 21. Динамика выращивания горчицы в РФ в 2008-2011гг., тыс. центнеров Диаграмма 22. Динамика объема добычи соли в 2002-2009, млн. тонн Диаграмма 23. Распределение специй, приправ и пряностей в общем рыночном объеме Диаграмма 24. Соотношение долей наиболее предпочитаемых потребителями типов упаковки Диаграмма 25. Прогноз объемов и темпов роста рынка специй с 2012 по 2015 гг., млн. USD Таблица 1. Оценка возможного влияния макроэкономических факторов на российский рынок специй Таблица 2. Анализ отдельных ключевых событий в агропродовольственной отрасли за 2011- 2012гг. Таблица 3. Объем производства соли в 2010-2011 гг., тонн Таблица 4. Свойства специй, приправ и пряностей Таблица 5. Ценовое сегментирование рынка специй, приправ и пряностей, руб/упак Таблица 6. Исходные и расчетные данные для определения объема рынка специй, приправ и пряностей в 2011 году Таблица 7. Таможенные коды специй, приправ и пряностей Таблица 8. Объем импорта и экспорта, 2011 г. Таблица 9. Импорт специй, приправ и пряностей в натуральном и денежном выражении в отдельных категориях товара, 2011 г. Таблица 10. Экспорт специй, приправ и пряностей в натуральном и денежном выражении в отдельных категориях товара, 2011 г. Таблица 11. Основные страны-импортеры специй, приправ и пряностей, 2011г. Таблица 12. Основные страны-производители импорта специй, приправ и пряностей в натуральном и денежном выражении, 2011г. Таблица 13. Основные страны-экспортеры специй, приправ и пряностей в натуральном и денежном выражении, 2011г. Таблица 14. Основные страны-производители экспорта специй, приправ и пряностей в натуральном и денежном выражении, 2011г. Таблица 15. Сравнительная характеристика игроков рынка по основным параметрам Таблица 16. Сравнительная характеристика дистрибьюторов по основным параметрам Таблица 17. География деятельности компании «Х5 Ритейл Групп» Таблица 18. Распределение магазинов ОАО «Дикси Групп» по регионам. Таблица 19. Сравнительная характеристика крупнейших розничных игроков по основным параметрам Таблица 20. Торговые марки, пользующиеся наибольшим доверием потребителей в 2010-2012 гг. по версии издательского дома «Ридерз Дайджест» в сегменте Специи Таблица 21. Step-анализ рынка специй, приправ и пряностей Таблица 22. Возможные риски на рынке специй, приправ и пряностей 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_РР_Специи_2012.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.**