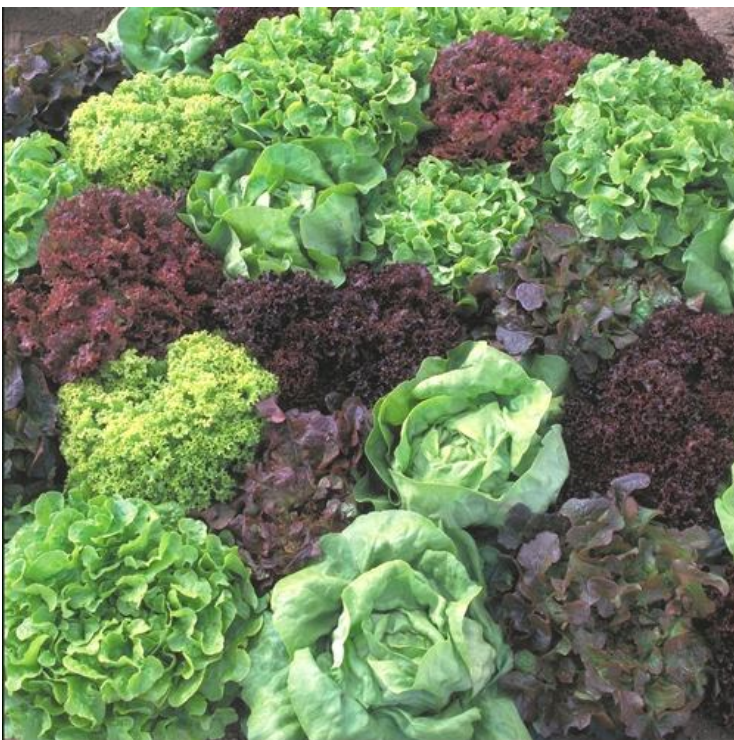




## Маркетинговое исследование

### «Рынок свежих салатов и зеленных культур Республики Казахстан»



Март 2014

## Краткая информация об исследовании

### Объем и формат исследования

Объем исследования – 43 страницы (включая приложения)

Дата выхода – март 2014

Язык русский - русский

Шрифт – Arial

Размер шрифта - 10

Форма предоставления – в электронном виде

Исследование содержит: 9 таблиц, 34 рисунка и 2 приложения

Формат файла с исследованием - \*.pdf

Стоимость – 20 000 рублей

## **ОПИСАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ**

Исследование казахстанского рынка свежих салатов и зеленных культур.

Данное исследование было проведено в марте 2014 года.

Глава I посвящена введению и описанию методологии исследования.

В главе II дано общее описание и классификации продукции: зеленных культур (иногда употребляется «зелёных») и свежих салатов.

В III главе производится анализ рынка:

- определяется его текущий и потенциальный объемы
- особенности развития рынка
- структура (включая импорт),
- конкурентная среда
- динамика и перспективы развития

В IV главе приведён анализ результатов аудита салатов и зеленных культур в розничных сетях городов Алматы, Астаны, Караганды.

В Приложения вынесены дополнительные готовые материалы: результаты аудита, контактно-адресная информация тепличных комплексов Республики Казахстан.

## **МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ**

Исследование проводилось путём анализа первичных и вторичных источников информации.

### **Первичные источники:**

1. Аудит торговых точек (изучение ассортимента и цен) в гипермаркетах, супермаркетах, и рынках в городах - Астана, Алматы, Караганда.
2. Опрос экспертов о рынке, включая крупнейших производителей продукции, продавцов оборудования, специализированные строительные компании и поставщики тепличного оборудования, представителей тепличных ассоциаций, консультантов данной отрасли, сбытовые компании (оптовики) и других потенциальных потребителей.

### **Вторичные источники:**

- Данные Комитета таможенного контроля Республики Казахстан, Министерства сельского хозяйства (МСХ), Агентства Республики Казахстан по статистике, информационно-консультационного агентства АО «Казагромаркетинг», АО «Казагрофинанс».
- Данных общеделовых и специализированных СМИ (печатная пресса, электронные СМИ, региональные информационные агентства)
- Исследования специализированных компаний

## РЕЗЮМЕ

**Общий объем производства салатов и зеленых культур в закрытом и открытом грунте в 2012 году составил \_\_\_\_ тонн** (в пересчете на душу населения \_\_\_\_ кг/год). Было произведено салатов свежих салатов \_\_\_\_\_ тонн, в том числе в защищенном грунте \_\_\_\_ тонн, что составило \_\_\_\_% от показателя 2011 года (\_\_\_\_ тонн). Наиболее массово производится салат-латук сорта Афицион.

**Объем производства зеленых культур в 2012 году составил \_\_\_\_\_ тонн.** Наибольшая доля в общем объеме производства приходится на укроп - \_\_\_\_ тонн. Доля защищенного грунта в общем объеме производства зеленых культур в 2012 году составила \_\_\_\_% (\_\_\_\_ тонн).

**Производство целевой продукции характеризуется сезонностью,** наибольшее количество продукции производится с апреля по октябрь, когда появляется возможность использования сезонных парников и теплиц, а также появляется продукция открытого грунта. В защищенном грунте увеличение производства наблюдается перед праздниками (новый год, 8 марта), в этот период предприятия увеличивают площади под этими культурами в разы. В оставшийся период межсезонья потребность в этой продукции обеспечивается за счет крупных тепличных комплексов и импортной продукцией.

По данным Таможенной службы Республики Казахстан, объем импорта изучаемой продукции в последние годы существенно превышал объем экспорта (данные по экспорту отсутствуют, по оценкам он минимален или отсутствует).

В 2013 году в Республику Казахстан было ввезено \_\_\_\_ тонны салатной продукции, что на 46% больше, чем в 2012 году (\_\_\_\_ тонн) и в 3 раза больше, чем в 2011 году (\_\_\_\_ тонн).

Основными импортируемыми видами свежих салатов в 2013 году стали:

- Салат латук кочанный (\_\_\_\_ тонны)
- Салат латук листовой (\_\_\_\_ тонн)
- Цикорий (\_\_\_\_ тонн)
- Сельдерей (\_\_\_\_ тонн)
- Шпинат (\_\_\_\_ тонн)
- Укроп (\_\_\_\_ тонн)
- Петрушка (\_\_\_\_ тонн)
- Лук зеленый (\_\_\_\_ тонн)

Основной объем импорта приходится на зимние и весенние месяцы, что связано с внутренним производством в открытом грунте, в сезонных парниках и теплицах.

Импортная продукция обеспечивает около половины всей потребности в свежих салатах и зеленых культурах в стране.

Емкость рынка свежих салатов и зеленых культур в Казахстане в 2013 году составила \_\_\_\_ тонн.

Несмотря на невысокий уровень потребления продукции, рынок имеет тенденцию к росту по реалистичному прогнозу не более от 5-10% в год. Исходя из этого вероятный **прогноз объема рынка на 2015-2016 годы \_\_\_\_ тонн.** Рост рынка подтверждается и появлением в республике проектов по созданию комплексов по производству свежих салатов и зеленых культур.

## **Анализ аудита торговых сетей в разных городах Казахстана**

В марте 2014 года был проведён **аудит розничной торговли в трех крупных городах Республики Казахстан – Алматы, Астана, Караганда**. Целью аудита был анализ ассортимента и цен, а также поставщиков свежих салатов и зеленых культур, представленных во всех типах розничной торговли.

С целью сравнения предложения и отчасти востребованности (так как сети не будут держать "на полке" товар, который не продается) изучаемой продукции, **в каждом городе было исследовано по 3 розничные торговые точки** различных типов.

Для аудита были определены следующие типы торговых точек:

- Гипермаркет
- Супермаркет
- Рынок

Магазины премиального сегмента при составлении аудита не рассматривались, так как ассортимент супермаркета более высокого ценового сегмента не отражает реальное положение дел на рынке этой продукции.

### **Результаты аудита**

**В среднем в сетях различных форматов было представлено:** 17 позиций салатов и 47 позиций зеленых культур.

Результаты аудита показывают, **что ассортимент представлен в основном зелеными культурами**. Так зеленые культуры в гипермаркетах занимают долю в 77 % в ассортименте изучаемой продукции.

Аудит показал, что продукция гипермаркетов и супермаркетов отличается меньшей свежестью, а следовательно худшим качеством, чем ассортимент салатов и зеленых культур на рынке. Следовательно, можно утверждать о том, что данная группа товаров в крупных магазинах покупается не активно, так как продукция успевает слеживаться и увядать. Это позволяет сделать вывод о высоком количестве потерь этой продукции, вследствие, порчи и возвратам поставщику.

**Особенностью казахстанского рынка свежих салатов и зеленых культур** является отсутствие брендовой продукции. В исследованных супермаркетах и гипермаркетах продукция была расфасована в пищевую пленку без каких либо фирменных знаков и специализированной маркировки.

Исходя из полученных данных аудита, **наибольшее количество продукции было ввезено** из Китая около \_\_\_\_\_% из всех исследованных товаров, Узбекистан – \_\_\_\_\_%, казахстанская продукция составила - \_\_\_\_%, прочие страны составляют \_\_\_\_\_%, к ним также отнесена продукция, где отсутствовали данные о стране производства.

Анализ цен показал, что на рынке Алматы цены на продукцию самые низкие, а на рынке Астаны цены зачастую выше, чем в гипермаркетах и супермаркетах. В целом по всем видам продукции во всех торговых точках города Астана средняя цена на продукцию выше, чем в других городах.

## Оглавление

1. Введение. Описание исследования
2. Классификация салатов и зеленых культур
3. Анализ рынка зеленных культур (салатов) Республики Казахстан
  - 3.1. Общее состояние овощеводства закрытого грунта
  - 3.2. Обеспеченность овощами закрытого грунта
  - 3.3. Рынок свежих салатов и зеленых культур
    - 3.3.1. Общий объем производства и структура рынка
    - 3.3.2. Импорт и экспорт продукции
    - 3.3.3. Емкость рынка свежих салатов и зеленых культур
    - 3.3.4. Особенности потребления салатов в Республике Казахстан
    - 3.3.5. Сбыт продукции
    - 3.3.6. Потенциал и перспективы Казахстанского рынка салатов и зеленых культур
    - 3.3.7. Риски создания производства свежих салатов и зеленых культур
4. Анализ аудита торговых сетей в разных городах Казахстана
  - 4.1. Общие данные
  - 4.2. Представленность и ассортимент продукции
    - 4.2.1. Представленность в торговых точках
    - 4.2.2. Количество наименований продукции
    - 4.2.3. Виды продукции
    - 4.2.4. Качество продукции
    - 4.2.5. Упаковка и брендирование продукции
    - 4.2.6. Поставщики-производители
  - 4.3. Анализ цен

Выводы по результатам аудита

Приложение 1. Результаты аудита свежих салатов и зеленных культур в городах Казахстана

Приложение 2. Адресно-справочная информация объектов защищенного грунта в Республике Казахстан

## О ГРУППЕ КОМПАНИЙ «АГРИКОНСАЛТ»

Группа компаний «Агриконсалт» включает:



ЗАО «Агриконсалт»



ООО «Русмаркетконсалтинг»

ГК «Агриконсалт» - это специализированная консультационная организация, созданная в 1994 году и ориентированная на оказание комплекса консалтинговых и маркетинговых услуг в области сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности.

**Наши услуги:**

### 1. БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ

- Для прогнозирования развития предприятия (для топ-менеджеров и акционеров);
- Для привлечения внешнего финансирования (для банков и инвесторов).

Вся документация готовится согласно требованиям и рекомендациям международной организации промышленного развития UNIDO (United Nations Industrial Development Organization), Министерства экономического развития РФ, ведущих банков России.

Нами ежегодно разрабатываются десятки бизнес-планов, в том числе по крупным проектам с объемом инвестиций свыше 2 миллиардов рублей. По значительной части проектов нашими клиентами получено финансирование, проекты успешно реализованы.

### 2. УСЛУГИ В ОБЛАСТИ МАРКЕТИНГА

#### 2.1. Маркетинговые исследования

Компания проводит исследования по следующим направлениям преимущественно в сегменте промышленного и аграрного рынков (B2B):

- анализ текущей позиции компании на рынке;
- определение емкости и потенциала рынка;
- анализ цен и ценообразование;
- оценка конкурентоспособности продуктов и проектов;
  
- анализ конкурентной среды;
- исследование потребителей, оценка потребительских предпочтений;

#### 2.2. Разработка маркетинговой стратегии

Маркетинговая стратегия предприятия разрабатывается специалистами нашей компании с учетом комплекса факторов, таких как ситуация, сложившаяся на рынке, влияние внешнего окружения, приоритеты развития компании, внутренние ресурсы фирмы и т.д.

### **3. УСЛУГИ В ОБЛАСТИ ФИНАНСОВ**

- Постановка управленческого учета и бюджетирования
- Разработка финансово-экономических моделей

### **4. ИНФОРМАЦИОННЫЕ УСЛУГИ**

Базы данных и справочники предприятий агропромышленного комплекса и другие.

#### **Наши клиенты:**

Мы работаем с различными организациями практически во всех регионах России, имеющими интересы в сфере производства, переработки и распределения продовольствия, а также производства технических культур, рыбоводства и лесопереработки.

В области разработки бизнес-планов, стратегий развития и проведения маркетинговых исследований эксперты группы «Агриконсалт» успешно сотрудничали с такими крупными компаниями, как «Россельхозбанк», «Еврохим», «Фреш Фуд» («Мясокомбинат «Всеволожский»), «Московское оптово-розничное объединение» (МОРО), «Пит-Продукт», "Титан-Агро", «Талекс Агро», «Агрохолдинг «Пулковский», «Великолукский молочный комбинат», «Новгородский бекон», и другими.