

СЛИВОЧНОЕ МАСЛО И МАРГАРИН В УЗБЕКИСТАНЕ



КОРОТКО О ГЛАВНОМ

- В текущем году продажи сливочное масло и маргарина выросли на 13% и достигли **287,1** млн. \$ в 2017 году, а объем продаж снизился на 4% до 50 тыс. Тонн
 - Переход от масла к маргарину предотвращает сильное падение объема продаж в 2017 году
 - Продажи маргарина и спрэды в 2017 году увеличились на 15%
 - Средние текущие цены на единицу продукции в 2017 году увеличились на 9%
 - Жировой комбинат ведет продажи в 2017 году, разместив долевую долю в 12%
 - Ожидается, что объёмы рынка масло и маргарин в Узбекистане с 2017 года будут расти и в 2022 продажи достигнут до **345,4** млн. \$ и средний годовой роста течение прогнозируемого периода составит 4% при стабильных ценах.
-



ТЕНДЕНЦИИ

В результате экономического кризиса спрос на масло и маргарин несколько снизился в конце обзорного периода 2016-2017 гг. Тем не менее, расширение распределения и увеличение доступности маргарина для конкурентоспособных цен способствовало переходу от дорогого масла к более дешевому маргарину, что предотвратило резкое падение продаж. Продажи СЛИВОЧНОЕ МАСЛО и маргарина выросли на 13% в 2017 году - это снижение по сравнению с периодом обзора CAGR (Совокупный среднегодовой темп роста) на 16%, что можно объяснить падением потребительских располагаемых доходов в конце обзорного периода.

В 2017 году продажи маржиналов и спредов в текущих ценах выросли на 15%, а область выиграла от конкурентоспособных цен по сравнению с маслом. Кроме того, маргарин также выиграл от более широкого разнообразия продуктов и увеличения предложения по всей стране в конце периода обзора.

Спрос на неупакованное масло и маргарин остается высоким из-за более низких цен, причем такие продукты особенно важны в менее развитых районах страны. Тем не менее, существует тенденция, при которой потребители переходят на упакованное масло и маргарин, хотя и только в столице Ташкента.

»» КОНКУРЕНТНАЯ СРЕДА

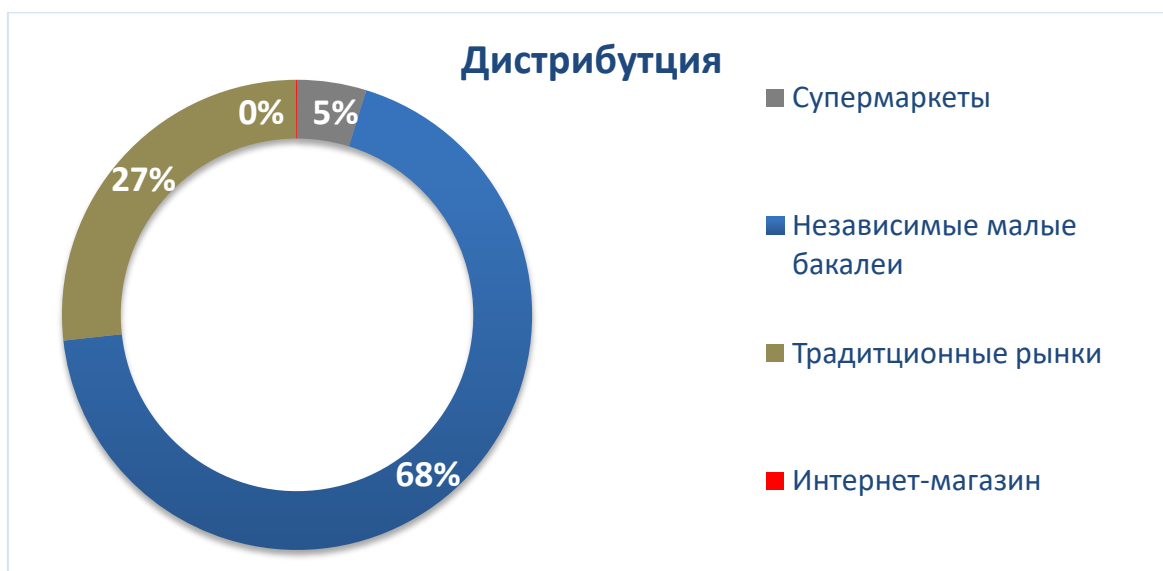
«Жировой комбинат» продолжал вести продажи в 2017 году, разместив долевую долю в 12%. Компания пользуется популярностью своего маргарина Schedroe Leto, который распространяется даже в отдаленные районы страны. Еще одним преимуществом Schedroe Leto является его конкурентоспособная цена, что делает его привлекательным для потребителей с низкими доходами.

Türk Henkel Kimya San ve Tic AS привела к росту в 2017 году, увеличив продажи цен на 63%. Компания в основном выигрывает от высокой осведомленности потребителей о маргарине марки Yaıla, в то время как более низкая база продаж и более высокий рост цен также способствовали повышению эффективности продаж компании в 2017 году.

Основной стратегией компании в течение обзорного периода было сосредоточиться на рекламе с целью привлечения потребителей. Компании, которые меньше инвестировали в рекламные акции, отмечали более низкие продажи, чем другие игроки, что подчеркивало эффективность рекламы в Узбекистане.

В 2017 году никаких новых запусков в этом районе не было, и последний новый запуск - масло Lurpak от Arla Foods Amba. Продукт особенно привлекателен для потребителей с высоким доходом, которые склонны платить больше за более высокое качество.

В 2017 году не было никаких инноваций с точки зрения упаковки в этом районе, при этом гибкая упаковка оставалась наиболее популярным видом упаковки в конце обзорного периода.



»» ПЕРСПЕКТИВЫ

Ожидается, что масло и маргарин опубликуют стоимость CAGR на уровне 4% при постоянных ценах на 2017 год в течение прогнозируемого периода -

снижение с периода обзора CAGR на 6%, что можно объяснить усилением конкуренции и, как следствие, снижением роста цены за единицу.

ДАННЫЕ КАТЕГОРИИ

Таблица 1 Объем продаж масла и маргарина по категориям: Объем 2012-2017 гг.

Тыс. Тонн	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Масло	9,26	10,19	10,63	10,35	10,17	10,00
Кулинарные жиры	-	-	-	-	-	-
Маргарин и спреды	32,53	33,81	35,41	36,70	38,17	40,12
Масло и Маргарин	41,80	44,01	46,04	47,05	48,34	50,12

Источник: Euromonitor International из официальной статистики, торговых ассоциаций, торговой прессы, исследований компании, проверки магазина, торговых интервью, источников торговли

Таблица 2 Продажа масла и маргарина: стоимость 2012-2017 гг.

Млн. \$	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Масло и Маргарин	249,6	270,4	288,1	294,0	295,8	198,50

Источник: Euromonitor International из официальной статистики, торговых ассоциаций, торговой прессы, исследований компании, проверки магазина, торговых интервью, источников торговли

Таблица 3 Продажа нефти и маргарина по категориям: % Объемный рост 2012-2017 гг.

% роста объема	2016/17	2012-17 CAGR	2012/17 Всего
Масло	-1,65	1,54	7,92
Кулинарные жиры	-	-	-
Маргарин и спреды	5,09	4,28	23,31
Масло и Маргарин	3,67	3,70	19,90

Источник: Euromonitor International из официальной статистики, торговых ассоциаций, торговой прессы, исследований компании, проверки магазина, торговых интервью, источников торговли

Таблица 4 Продажа нефти и маргарина по категориям: % Рост стоимости 2012-2017 гг.

% роста текущего значения	2016/17	2012-17 CAGR	2012/17 Всего
Масло	9,31	14,24	94,55
Кулинарные жиры	-	-	-
Маргарин и спреды	15,33	16,57	115,28
Масло и Маргарин	13,41	15,82	108,43

Источник: Euromonitor International из официальной статистики, торговых ассоциаций, торговой прессы, исследований компании, проверки магазина, торговых интервью, источников торговли

Таблица 5 Акции компании NBO по маслам и маргарину% стоимости 2013-2017 гг.

% розничной стоимости gsp	2013	2014	2015	2016	2017
ОАО «Жировой комбинат»	13,50	13,67	12,13	12,48	12,16
Хорошая продовольственная группа QK MChJ	2,38	5,21	7,62	8,52	10,08
Chromos Production QK MChJ	3,04	4,13	4,54	5,95	8,33
Yildiz Holding AS	2,33	2,20	2,17	4,36	6,23
Lactee OOO	1,59	2,04	2,51	3,96	5,46
Группа Unilever	9,46	9,23	8,66	6,80	4,69
Fonterra Ltd	5,40	4,44	3,59	3,97	4,43
ЗАО «Лакталис Восток»	1,25	1,34	1,57	2,82	3,73

% розничной стоимости gsp	2013	2014	2015	2016	2017
Türk Henkel Kimya San ve Tic AS	2,81	1,61	1,76	2,25	3,24
Тошкент Йог Мой Комбинати QK OAJ	12,04	13,18	12,20	7,11	3,12
ООО «Нестле Узбекистан»	-	0,79	1,19	2,12	2,83
Шарф Ширин XF	5,76	5,81	5,81	4,13	2,45
Pieno Zvaigzdes AB	-	0,46	0,53	1,54	2,18
Valio ЗАО	-	0,33	0,43	1,57	1,95
Молоко Euro Food QK MChJ	1,21	1,39	1,54	1,65	1,95
Kraft Heinz Co	-	-	3,01	2,41	1,48
Еда Arla Amba	-	-	-	1,01	1,37
ООО «Золотая Гильдия»	1,51	1,34	1,43	1,20	0,93
Bio-Sut QK MChJ	1,34	1,52	1,58	1,20	0,91
ОАО «Вологодский Молкомбинат»	0,94	0,71	0,57	0,59	0,67
другие	26,05	23,11	22,74	21,85	21,82
Всего	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Источник: Euromonitor International из официальной статистики, торговых ассоциаций, торговой прессы, исследований компании, проверки магазина, торговых интервью, источников торговли

ПРОГНОЗ ПРОДАЖ

Таблица 8 Прогноз продаж масла и маргарина по категориям: Том 2017-2022

Тыс. Тонн	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Масло	10,00	10,09	10,27	10,52	10,83	11,22
Кулинарные жиры	-	-	-	-	-	-
Маргарин и спреды	40,12	42,53	45,15	48,00	51,07	53,86
Масло и Маргарин	50,12	52,62	55,42	58,52	61,90	65,08

Источник: Euromonitor International от торговых ассоциаций, торговой прессы, исследований компании, торговых интервью, источников торговли

Таблица 9 Прогноз продаж нефти и маргарина по категориям: стоимость 2017-2022 гг.

Млн.\$	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Масло	287,10	298,40	309,60	321,60	334,30	345,40
Кулинарные жиры	88,60	89,90	90,00	90,40	90,50	91,70
Маргарин и спреды	-	-	-	-	-	-
Масло и Маргарин	198,50	208,60	219,60	231,20	243,70	253,70

Источник: Euromonitor International от торговых ассоциаций, торговой прессы, исследований компании, торговых интервью, источников торговли

Таблица 10 Прогноз продаж нефти и маргарина по категориям: % Рост объема 2017-2022 гг.

% роста объема	2017/18	2017-22 CAGR	2017/22 Всего
Масло	0,91	2,34	12,26
Кулинарные жиры	-	-	-
Маргарин и спреды	6,01	6,07	34,25
Масло и Маргарин	4,99	5,37	29,87

Источник: Euromonitor International от торговых ассоциаций, торговой прессы, исследований компании, торговых интервью, источников торговли



Таблица 11 Прогноз продаж нефти и маргарина по категориям: % Рост стоимости 2017-2022 гг.

% роста постоянной стоимости	2017/2018	2017-22 CAGR	2017/22 Всего
Масло	1,76	0,79	3,99
Кулинарные жиры	-	-	-
Маргарин и спреды	5,37	5,13	28,43
Масло и Маргарин	4,26	3,87	20,89

Источник: Euromonitor International от торговых ассоциаций, торговой прессы, исследований компании, торговых интервью, источников торговли