



# **ИССЛЕДОВАНИЕ КАЧЕСТВА СЕРВИСА НА РЫНКЕ КОМПЛЕКСНЫХ ПИЩЕВЫХ ДОБАВОК**

Москва 2025

| **Insight Expert**

# Методологическая справка. Исследование рынка комплексных пищевых добавок (КПД) и специй в России.

- В августе 2025 года проведен опрос экспертов из числа компаний-производителей мясной продукции на тему качества сервиса в категории КПД и специй. Организатор исследования - компания Insight Expert проводит потребительские исследования для ряда лидеров отрасли мясопереработки.
- В исследовании рынка комплексных пищевых добавок и специй, проведённом Insight Expert, приняли участие 83 представителя компаний-заказчиков (производители мясной продукции) и 62 респондента от игроков рынка КПД.
- **В основе исследования – социологический (опросный) метод, который не подразумевает анализ бухгалтерской/налоговой документации, а следовательно, фиксирует не объемы продаж/выручку. Результаты социологических исследований содержат мнения / впечатления / воспоминания экспертов отрасли, которые были квалифицированы для прохождения опросника, и имеют в своем role profile необходимые функциональные обязанности.**
- Приглашения для участия в данном опросе направлялись через портал "Мясной эксперт", который выступил партнером проекта. Портал имеет широкую базу подписчиков и обладает уникальной для рынка возможностью по созданию экспертных панелей со стороны крупнейших игроков категории и смежных отраслей. Портал «Мясной эксперт» обеспечил для участия в опросе более 500 переходов.
- Каждый респондент давал оценки индивидуально в онлайн-форме, размещенной на ресурс-платформе Insight Expert. Все ответы конфиденциальны, ответы каждого эксперта закодированы уникальными кодами
- Представители клиентской стороны оценивали качество работы, уровень сервиса, соотношение «цена-качество» и предпочтения в сотрудничестве с поставщиками, а также давали свои пропорции по долям компаний-поставщиков в общем объеме сотрудничества.Игроки рынка КПД оценивали только имидж компаний-коллег по отрасли.
- Компании / бренды, которые оценивались в ходе исследования:
  - А.СПАЙС (RAPS), АВАНГАРД, АЛЬМИ (ALMI), АНКЕР КП, АРОМАДОН, АРОМАС-М, БЕЛСТАР ПЛЮС (BELSTAR), БИОМИР, БИОПРОДУКТ МАРКЕТ, БИОСТАР ТРЕЙД, БОГАТОВЪ (HOLKOF), ВАН ХЕЕС РУС (VAN HEES), ВЕРДЭ, ВИЛЛЕКО (ФУДМАТИКА), ВЫМПЕЛ ТЦ, ГЛАВБИОТЕХ, ДЕНА-ТРЕЙД, ИНГРЕДИКО, КОЛВИ, КОМПАНИЯ ВРЕМЯ, КОНСУЛ, КРАУН ПРОДУКТ, КРИСТ, ЛАТЕРОС (BECK GEWÜRZE), МИЛОРД, МОГУНЦИЯ-ИНТЕРРУС, МОСОПТПРОМ (WIBERG), НОРД ИНГРЕДИЕНТС, НТК ТД (ZERTINA), ОЛВИН (ALLWIN), ОМЕГА ФУД ТЕХНОЛОДЖИС, ОМИА АЛГОЛ РУС (BK GIULINI), ОПТИМА СЕРВИС (СТАР), ОЧАКОВСКИЕ ПИЩЕВЫЕ ИНГРЕДИЕНТЫ (ОКПИ), ПАКОВИС РУС (PACOVIS), ПРОГРЕСС, ПРОДМАШКОМПЛЕКТ-К (ФОРЕСТ), ПРОДСЕРВС (Т-ЛАБ), ПРОМФУД-С, ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БИОТЕХНОЛОГИИ (ПРОФИ.БИО), ПТИ, РЕВАДА ЭКО, РЕГИОН ПЕРЕДОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, РОМАКС, СИБАГРО (МИР СПЕЦИЙ), СОЛЮШЕН ИНГРЕДИЕНТС, СОЮЗСНАБ, СПАССКИЙ И ПАРТНЕРЫ, ТД ТРУМФ (TRUMF), ТЭКСПРО, ТЭРА, Файн ИНГРЕДИЕНТС, ФУД КОНСАЛТИНГ (PROFOOD), ЦАЛЬТЕХ РУС (ZALTECH), ЦЕНТРАЛ ФУД ТРЕЙД (CANWILLON), ЦИП, ШТЕРН ИНГРЕДИЕНТС (HYDROSOL), ЭДВАНТА, ЭКО-ИНГРЕДИЕНТЫ, ЭКОС, SHEF TECHNOLOGY (ШЕФ).
- Сбор данных осуществлялся с 01 по 21 августа 2025 г.

# Профиль респондентов: клиенты-представители отрасли мясопереработки



Анализ профиля респондентов показывает, что наибольшее число участников опроса занимаются определением поставщиков ингредиентов и специй (69%), а также контролем качества готовых мясных изделий с применением добавок (52%).

Значимая часть специалистов вовлечена во внедрение пищевых добавок в процесс производства (42%) и представлена уровнем руководителей компаний (39%). При этом около трети респондентов отвечают за разработку рецептур КПД (35%), проведение испытаний новых составов (35%) и оптимизацию добавок под различные виды изделий (34%). Функции контроля стандартов, дозировки и консультационной поддержки менее распространены (17-24%). Таким образом, выборка репрезентативно охватывает как стратегический уровень управления, закупщиков, так и технологическую экспертизу в применении добавок.

Q: Скажите, пожалуйста, входит ли в настоящее время в Ваши обязанности одна из перечисленных ниже задач:

# Топ-10 компаний рынка КПД / специй для мясопереработки

В топ-10 рынка по приоритетности сотрудничества за 2024/25 годы вошли компании, получившие наибольшее число баллов со стороны клиентов в разрезе **оценочного восприятия масштабов бизнеса** за прошедший период.

Лидером по показателю приоритетности сотрудничества является компания «КРИСТ»: бренд выделяется за счет высокого уровня сервиса (4,17), а также с большим отрывом лидирует по параметру «Добавленная ценность» (3,73): технологий, конференций, мероприятий по обучению и т.д. Эти оценки в большей степени влияют на совокупную оценку качества работы (3,86). Компания «ЭДВАНТА» занимает второе место по индексу приоритетности. Компании «ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БИОТЕХНОЛОГИИ» (ПРОФИ.БИО), «АЛЬМИ» (ALMI) и «ПТИ» замыкают топ-5 рынка, также имеющие достаточно высокие оценки по качеству сервиса.

Оценка со стороны клиентов, которые делали закупки в 2024-2025 гг

	Место в рейтинге по приоритету сотрудничества 2024/25 *	Индекс приоритета сотрудничества 2024/25 *	Performance (Оценка качества работы в целом), 1-5	Preference (Оценка предпочтений в сравнении с другими), 1-5	Куммулятивный имиджевый балл	Сервис (1-5)	Качество Комм. предложений (1-5)	Цена-качество (1-5)	Добавленная ценность (1-5)
КРИСТ	1	100 636	3,86	3,09	41%	4,17	3,91	3,78	3,73
ЭДВАНТА	2	84 622	4,04	3,30	29%	4,25	3,93	3,64	3,22
ПРОФИ.БИО	3	62 548	3,54	3,00	29%	3,81	3,73	3,62	3,35
АЛЬМИ	4	60 124	4,15	3,35	31%	4,04	3,96	3,85	3,15
ПТИ by IFF	5	58 800	3,59	2,78	31%	3,79	3,71	3,71	3,37
МОГУНЦИЯ-ИНТЕРРУС	6	56 301	3,84	3,12	27%	3,85	3,46	3,38	3,00
ОМЕГА ФУД ТЕХНОЛОДЖИС	7	43 868	3,68	3,23	22%	3,59	3,41	3,41	2,86
СПАССКИЙ И ПАРТНЕРЫ	8	40 338	3,93	3,33	17%	NA	NA	NA	NA
ЦИП	9	38 740	3,63	2,56	21%	3,63	3,63	3,50	2,75
ШТЕРН ИНГРЕДИЕНТС	10	38 211	3,50	2,80	7%	3,50	3,30	3,30	3,10

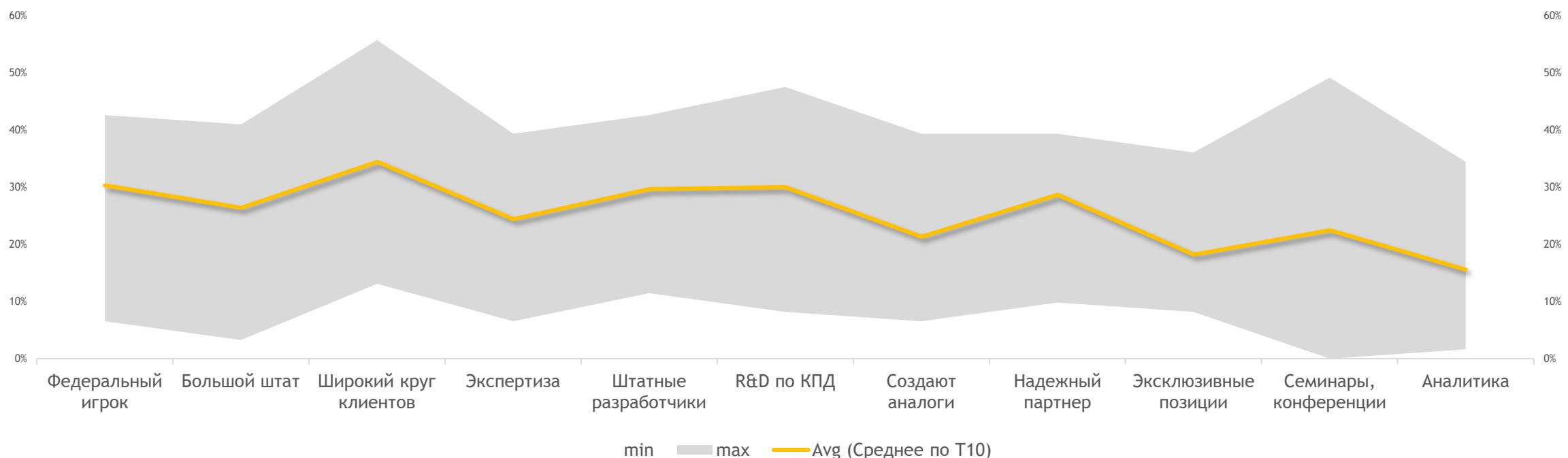
\* Индекс приоритета сотрудничества рассчитан как комплексный показатель, отражающий реальный масштаб взаимодействия компаний-поставщиков с клиентами мясоперерабатывающей отрасли. Каждый респондент, представляющий компанию-производителя, оценивал уровень сотрудничества с конкретными поставщиками по шкале от 1 до 10, опираясь на фактический опыт взаимодействия и объём закупок в прошедшем периоде. Таким образом, в базовой матрице индекс фиксирует не только наличие контакта, но и его интенсивность. Далее из 100% общего объёма взаимодействия респондента с поставщиками выделялась доля, приходящаяся на поставщиков, что позволило корректно очертить поле релевантных игроков. Для обеспечения корректных пропорций рыночного приоритета учитывался масштаб производства представляемой компании. В результате индекс приоритета сотрудничества отражает не только индивидуальные предпочтения экспертов, но и структурный вес поставщиков в закупочной политике отрасли.

Q: Ниже приведен перечень ПОСТАВЩИКОВ КОМПЛЕКСНЫХ ПИЩЕВЫХ ДОБАВОК ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА МЯСОПРОДУКТОВ / СПЕЦИЙ. Отметьте, пожалуйста, те из них, которые Вы знаете (не важно сотрудничали ли Вы с данной компанией) Q: Отметьте, пожалуйста, тех ПОСТАВЩИКОВ КОМПЛЕКСНЫХ ПИЩЕВЫХ ДОБАВОК ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА МЯСОПРОДУКТОВ / СПЕЦИЙ, с которыми Вы сотрудничали в период 2024-2025 гг. Q: Пожалуйста, опирайсь на Ваш опыт взаимодействия с ПОСТАВЩИКАМИ СПЕЦИЙ, представленными ниже, оцените их по параметру: Качество клиентского сервиса (В данном параметре учитывается насколько удобно работать с поставщиком при реализации проектов: оперативность / скорость, точность, качество отчетов, коммуникация с клиентскими менеджерами и руководителями и т.д.) Качество коммерческих предложений (В данном параметре учитывается насколько качественно сформированы коммерческие предложения: полнота предложения (предложены альтернативы, инновационные решения), оформление/дизайн предложения и т.д.) Соотношение цена-качество (В данном параметре оценивается насколько цены поставщика соответствуют качеству и объему этих услуг. Добавленная ценность / Added-Value (В данном параметре оценивается качество и наличие дополнительных сервисов: проведение мониторингов, наличие доп. отчетности/репортинга, технологий, спец. платформ, софта, конференции, обучения и т.д.) Q: Опирайсь на Ваш опыт работы с данным ПОСТАВЩИКОМ КПД / СПЕЦИЙ, как бы Вы оценили эту компанию в качестве своего партнера/контрагента в целом? Имеется в виду весь Ваш опыт взаимодействия с компанией по вопросам ценообразования, сервиса, отчетности, документооборота и так далее. Q: В какой степени Вы предпочитаете работать с данным ПОСТАВЩИКОМ КПД / СПЕЦИЙ по сравнению с другими компаниями, специализирующимися в этой сфере? Q: Пожалуйста, отметьте, в каких масштабах Вы оцениваете сотрудничество с данным ПОСТАВЩИКОМ КПД / СПЕЦИЙ в 2024-2025 гг?

NA - недостаточное количество оценок со стороны сотрудничавших с компанией в 2024-25 гг для отдельного репортинга показателей.

# Имидж брендов. Средний показатель Топ-10 компаний

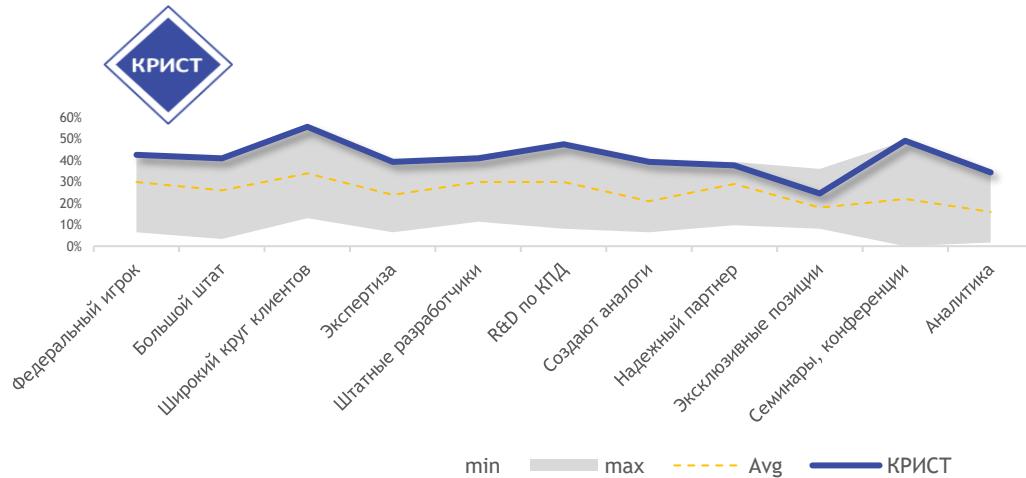
Имиджевые характеристики ведущих игроков рынка распределены неравномерно: наиболее сильные ассоциации на рынке формируются вокруг параметров «широкий круг клиентов» (средний уровень 34%, максимум по категории достигает 56%), «федеральный бренд» (30%; 43%) и «надежный партнер» (29%, 39%). При этом заметно слабее выражены такие атрибуты брендов на рынке КПД, как «аналитика» и «эксклюзивные позиции ассортимента» (в среднем по рынку 16-18%). Организация специализированных конференций также на невысоком уровне в среднем (22%), но максимальное значение достигает 49%. В отрасли сильнее всего развиты масштаб и надежность партнёрства, в то время как экспертные и инновационные атрибуты остаются зоной для развития.



> 5

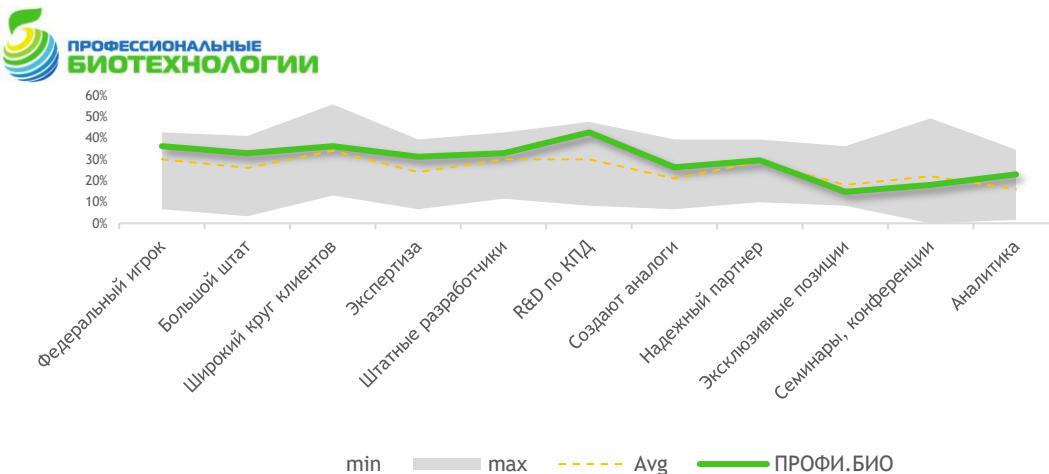
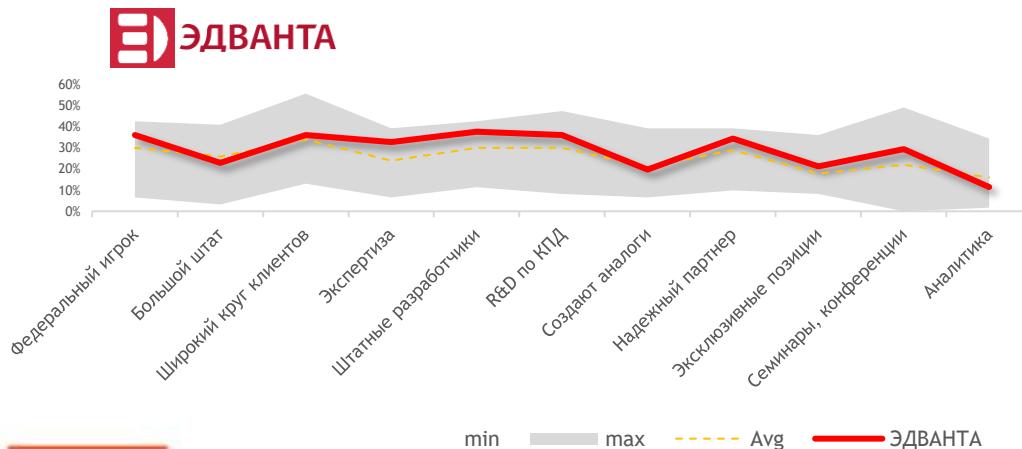
N = <ЗНАЮТ БРЕНДЫ>; Q: Пожалуйста, выделите тех ПОСТАВЩИКОВ СПЕЦИЙ, из представленных ниже, которые соответствуют следующей характеристике:

# Имидж лидирующих брендов



Компания «КРИСТ» воспринимается респондентами как наиболее сильный и всесторонний игрок на рынке поставщиков специй: по всем ключевым характеристикам, от федерального присутствия (43%) до экспертной аналитики (34%) и проведения семинаров (49%), показатели бренда «КРИСТ» зачастую выходят на максимальные значения в рассматриваемой категории по оценкам клиентов.

«ЭДВАНТА» и «ПРОФИ.БИО» по имиджу в глазах клиентов демонстрируют оценки близкие к средним с отклонениями от среднего в позитивную сторону по ряду экспертных атрибутов.

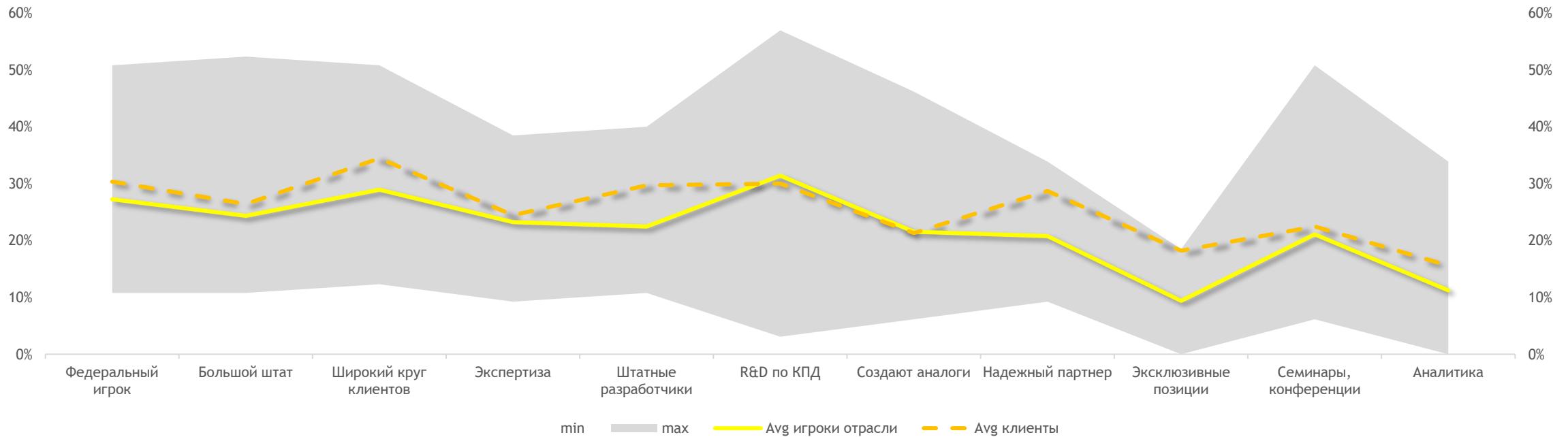


N = <ЗНАЮТ БРЕНДЫ>; Q: Пожалуйста, выделите тех ПОСТАВЩИКОВ СПЕЦИЙ, из представленных ниже, которые соответствуют следующей характеристике:

> 6

# Имидж брендов. Оценка со стороны игроков отрасли КПД vs оценка клиентов

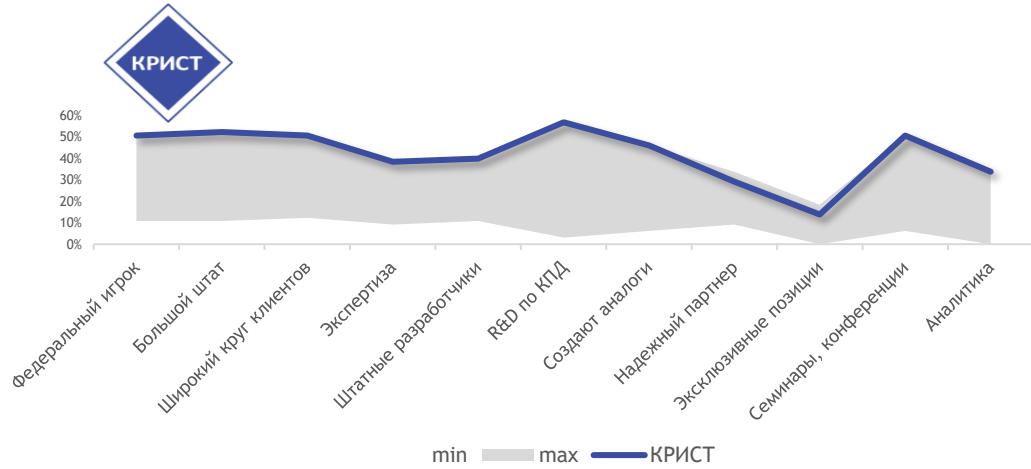
Средние оценки игроков отрасли и клиентов по большинству параметров схожи, что показывает близкое восприятие обеих сторон. Клиенты несколько выше оценивают наличие эксклюзивные ассортиментных позиций, чем сами компании-поставщики.



> 7

N = <ЗНАЮТ БРЕНДЫ>; Q: Пожалуйста, выделите тех ПОСТАВЩИКОВ СПЕЦИЙ, из представленных ниже, которые соответствуют следующей характеристике:

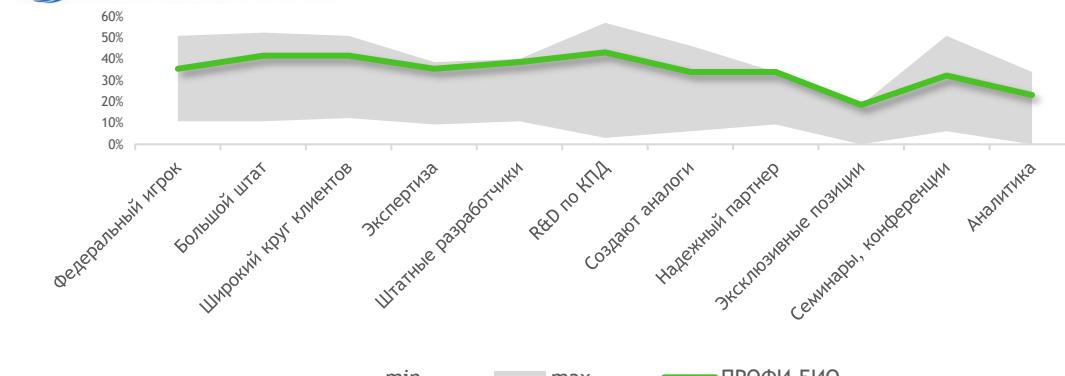
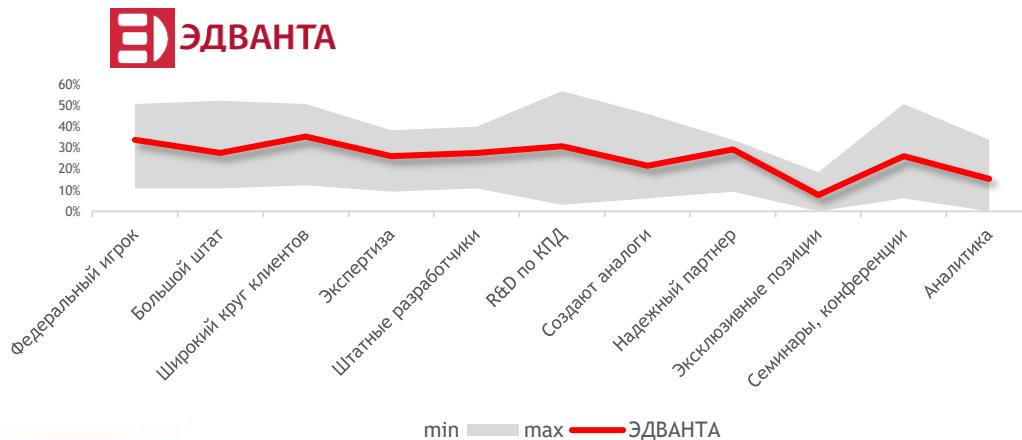
# Имидж лидирующих брендов. Оценка со стороны игроков отрасли КПД



«КРИСТ» по оценкам коллег-участников рынка отрасли КПД воспринимается как сильный и лидирующий бренд: по всем ключевым параметрам показатели на максимальных значениях.

«ПРОФИ.БИО» имеет также солидную репутацию среди своих коллег, демонстрируя высокие результаты, особенно в таких аспектах, как «большой штат», «широкий круг клиентов» и «R&D».

Имиджевый профиль компании «ЭДВАНТА» ближе к среднему по большей части атрибутов.



> 8

N = <ЗНАЮТ БРЕНДЫ>; Q: Пожалуйста, выделите тех ПОСТАВЩИКОВ СПЕЦИЙ, из представленных ниже, которые соответствуют следующей характеристике:

# Спасибо за внимание!

## Insight Expert

- Исследования по товарным категориям (U&A) и особенностям покупательского поведения, здоровью бренда (ВНТ)
- Глубинные исследования целевых аудиторий
- Замеры эффективности рекламных кампаний
- Продуктовые и коммуникационные тесты
- B2B исследования: Customer Voice, отраслевые рейтинги
- HR исследования: бренд-работодателя, вовлеченность персонала и т.д.



Логотипы компаний, представленные на данном слайде, используются исключительно в иллюстративных целях для демонстрации примеров сотрудничества. Данные материалы не являются коммерческим использованием и не подразумевают официального одобрения или аффилированности с указанными компаниями. Все права на логотипы принадлежат их соответствующим владельцам.