



ИССЛЕДОВАНИЕ КАЧЕСТВА СЕРВИСА НА РЫНКЕ КОМПЛЕКСНЫХ ПИЩЕВЫХ ДОБАВОК

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, проведенном 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 ресерч-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, АРОМАРОС-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 (BESK GEWÜRZE), МИЛОРД, МОГУНЦИЯ-ИНТЕРРУС, МОСОПТПРОМ (WIBERG), НОРД ИНГРЕДИЕНТС, НТК ТД (ZERTINA), ОЛВИН (ALLWIN), ОМЕГА ФУД ТЕХНОЛОДЖИС, ОМИА АЛГОЛ РУС (VK GIULINI), ОПТИМА СЕРВИС (СТАР), ОЧАКОВСКИЕ ПИЩЕВЫЕ ИНГРЕДИЕНТЫ (ОКПИ), ПАКОВИС РУС (PACOVIS), ПРОГРЕСС, ПРОДМАШКОМПЛЕКТ-К (ФОРЕСТ), ПРОДРЕСУРС (Т-ЛАБ), ПРОМФУД-С, ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БИОТЕХНОЛОГИИ (ПРОФИ.БИО), ПТИ, РЕВАДА ЭКО, РЕГИОН ПЕРЕДОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, РОМАКС, СИБАГРО (МИР СПЕЦИЙ), СОЛЮШЕН ИНГРЕДИЕНТС, СОЮЗНАБ, 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 г

| | 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 |

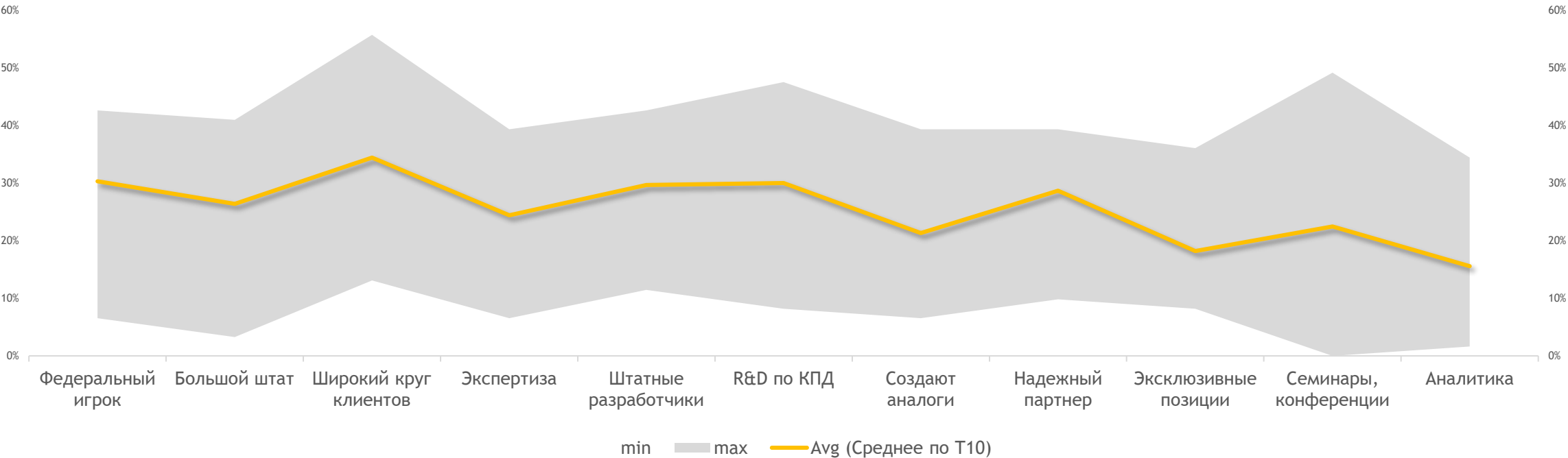
* **Индекс приоритета сотрудничества** рассчитан как комплексный показатель, отражающий реальный масштаб взаимодействия компаний-поставщиков с клиентами мясоперерабатывающей отрасли. Каждый респондент, представляющий компанию-производителя, оценивал уровень сотрудничества с конкретными поставщиками по 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, опираясь 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, конференций, обучение и т.д.) Q: Опираясь 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 компаний в 2024-25 гг для отдельного репортинга показателей.

Имидж брендов. Средний показатель Топ-10 компаний

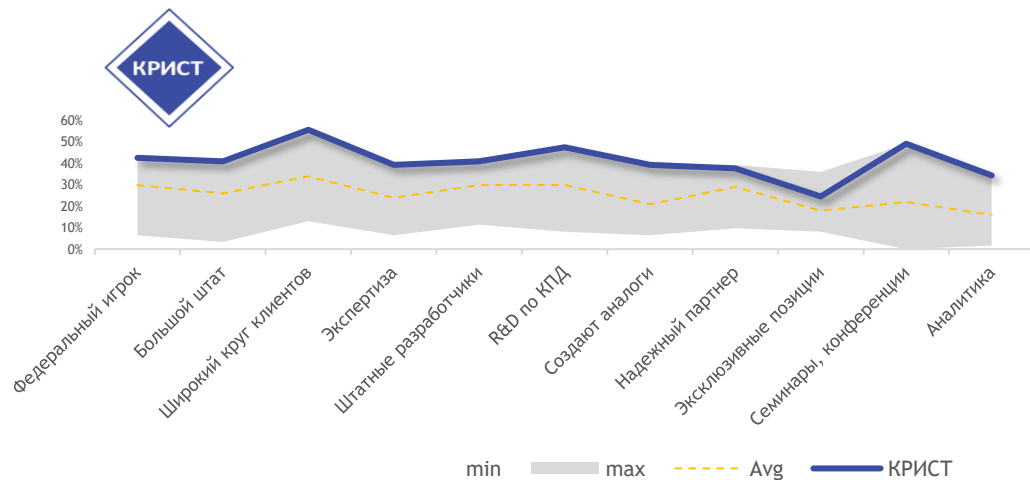
Имиджевые характеристики ведущих игроков рынка распределены неравномерно: наиболее сильные ассоциации на рынке формируются вокруг параметров «широкий круг клиентов» (средний уровень 34%, максимум по категории достигает 56%), «федеральный бренд» (30%; 43%) и «надежный партнер» (29%, 39%). При этом заметно слабее выражены такие атрибуты брендов на рынке КПД, как «аналитика» и «эксклюзивные позиции ассортимента» (в среднем по рынку 16-18%). Организация специализированных конференций по категории 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

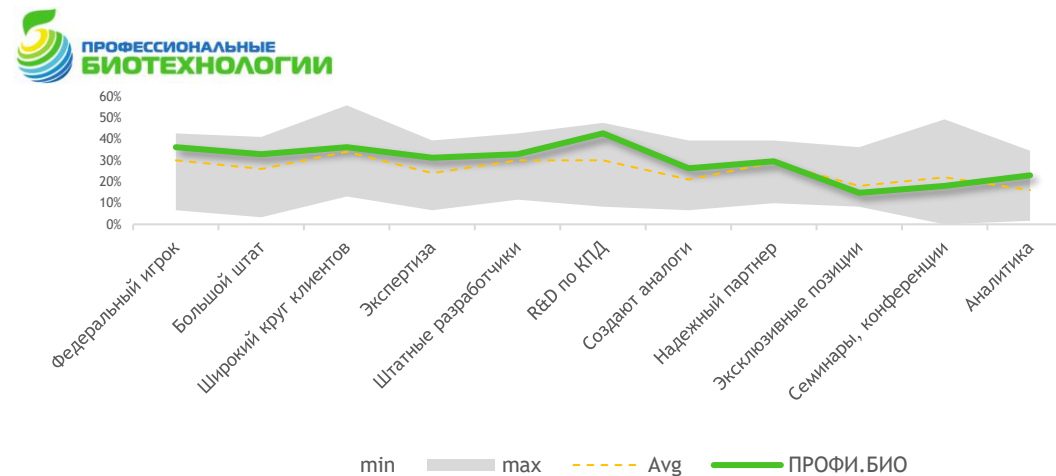
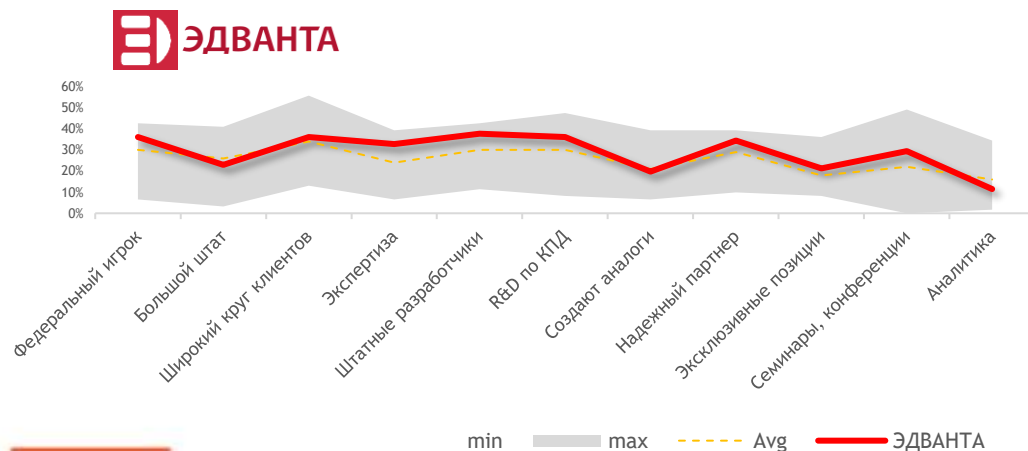
N = <ЗНАЮТ БРЕНДЫ>; Q: Пожалуйста, выделите тех ПОСТАВЩИКОВ СПЕЦИЙ, из представленных ниже, которые соответствуют следующей характеристике:

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.

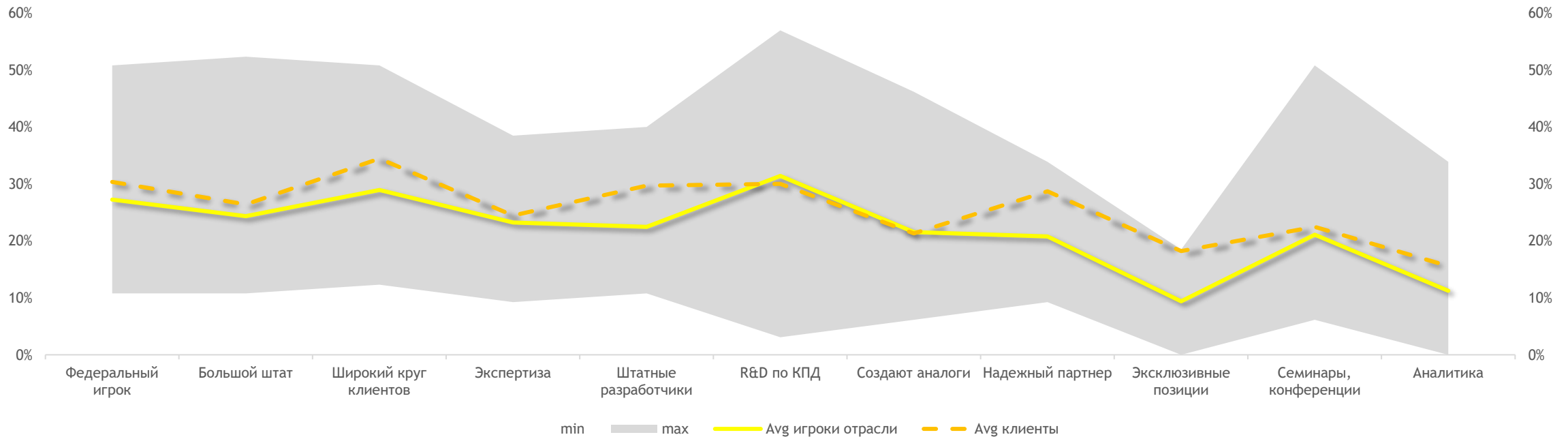
«ЭДВАНТА» и «ПРОФИ.БИО» по имиджу в глазах клиентов демонстрируют оценки близкие к средним с отклонениями от среднего в позитивную сторону по ряду экспертных атрибутов.



Имидж брендов.

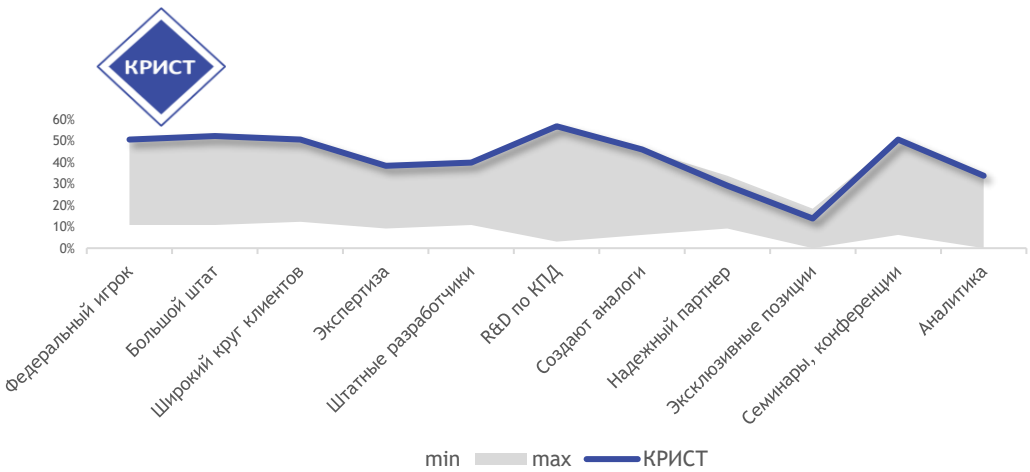
Оценка со стороны игроков отрасли КПД vs оценка клиентов

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



Имидж лидирующих брендов.

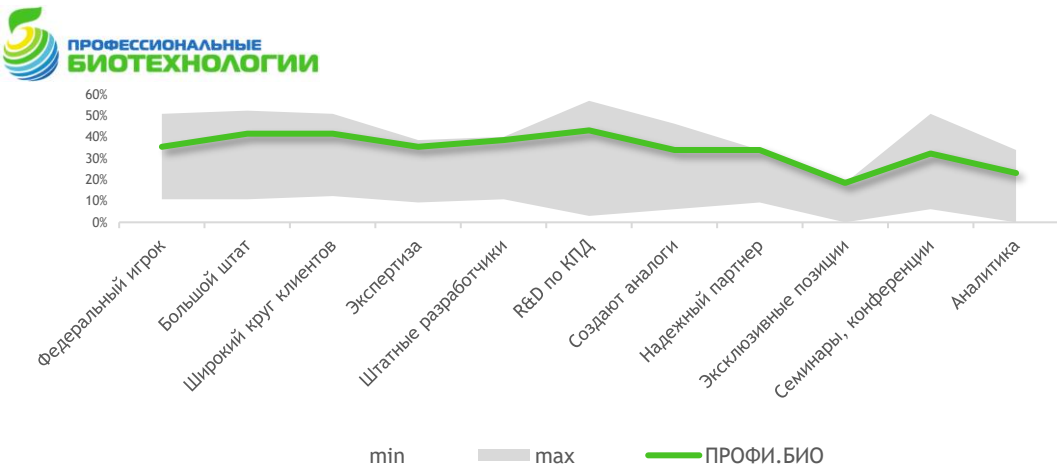
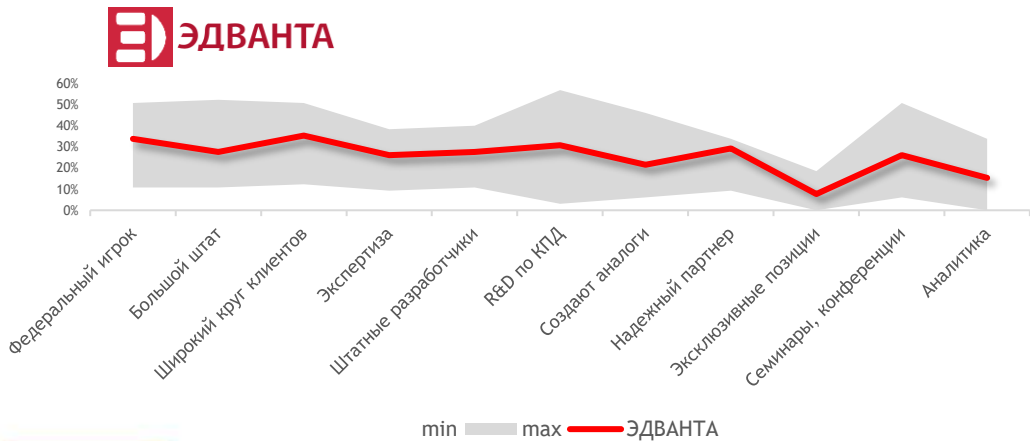
Оценка со стороны игроков отрасли КПД



«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.



Спасибо за внимание!

Insight Expert

- Исследования по товарным категориям (U&A) и особенностям покупательского поведения, здоровью бренда (BHT)
- 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.