**Производство мыла и моющих, чистящих и полирующих средств в РК**

**Маркетинговое исследование**

Подготовлено:

Заказчик: ТОО «DAMU RESEARCH»

2015

Производство мыла и моющих, чистящих и полирующих средств в Республике Казахстан. – г. Астана, 2015 г. – 26 с.

 (далее – Исполнитель) является независимым экспертом в области подготовки маркетиновых исследований по товарным рынкам и рынку услуг.

©, 2015

Все права защищены.

При перепечатке, микрофильмировании и других формах копирования информации из маркетингового исследования ссылка на публикацию обязательна. Точка зрения авторов не обязательно отражает официальную позицию Исполнителья.

Контактная информация:

**Ф.И.О.**

Тел.: +7 (700)

Email:

СОДЕРЖАНИЕ

[ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ 4](#_Toc436577303)

[МЕТОДОЛОГИЯ 4](#_Toc436577304)

[1. КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ ОТРАСЛИ, СУЩЕСТВУЮЩИХ ПРОБЛЕМ И ТЕНДЕНЦИЙ 5](#_Toc436577305)

[2. ОКАЗЫВАЕМАЯ ПОДЕРЖКА ОТРАСЛИ 9](#_Toc436577306)

[3. ВНУТРЕННЕЕ ПРОИЗВОДСТВО 12](#_Toc436577307)

[4. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ МОЩНОСТИ 15](#_Toc436577308)

[5. ВНЕШНЯЯ ТОРГОВЛЯ 16](#_Toc436577309)

[6. РАЗМЕР РЫНКА 18](#_Toc436577310)

[7. ОБЗОР ЦЕН 19](#_Toc436577311)

[8. ПОРТФОЛИО ОСНОВНЫХ ИГРОКОВ РЫНКА 20](#_Toc436577312)

[9. ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ 21](#_Toc436577313)

[10. ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ 24](#_Toc436577314)

### ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ

Настоящий отчет подготовлен Исполнителем для ТОО «DAMU RESEARCH» (далее – Заказчик) в связи с проведением маркетинговых исследований в приоритетных отраслях экономики в рамках Единой Программы «Дорожная карта бизнеса-2020».

Целью данного исследования является сбор и систематизация объективной информации по рынку производства мыла и моющих, чистящих и полирующих средств в Республике Казахстан, для стимулирования предпринимательской активности юридических и физических лиц.

Основные задачи исследования:

* краткое описание отрасли, существующих проблем и тенденций;
* оказываемая поддержка отрасли;
* внутреннее производство;
* производственные мощности;
* внешняя торговля;
* размер рынка;
* обзор цен;
* портфолио основных игроков рынка;
* потребительское поведение;
* основные выводы и рекомендации.

### МЕТОДОЛОГИЯ

В качестве источников вторичной информации были использованы экспертные и аналитические публикации, и иные открытые источники информации. По специальным запросам Исполнителя в ведомственных органах были получены основные данные по исследуемому рынку продукции в Республике Казахстан, его экспорту и импорту, а также дополнительная информация для анализа и оценки тенденций развития отрасли.

Источники информации:

* публикации Комитет по статистике Министерства Национальной Экономики РК;
* статистические данные, полученные по специальным запросам;
* информационные, аналитические и экспертные материалы, помещенные в специализированных изданиях, СМИ и Интернете;
* официальные пресс-релизы и аналитические материалы отраслевых ассоциаций, торгово-промышленных палат, и т.д.;
* другие источники.

### КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ ОТРАСЛИ, СУЩЕСТВУЮЩИХ ПРОБЛЕМ И ТЕНДЕНЦИЙ

В соответствии с классификатором видов экономической деятельности (далее - ОКЭД), утвержденным Приказом Комитета по техническому регулированию и метрологии Министерства индустрии и торговли Республики Казахстан от 14 декабря 2007 года №\_683-од, рассматриваемый в рамках данного исследования вид экономической деятельности, соответствует следующей структуре классификации:

Секция С «Обрабатывающая промышленность», Раздел 20 «Производство продуктов химической промышленности» - включает группу «Производство мыла и моющих средств, чистящих и полирующих препаратов, парфюмерной продукции и косметических средств» (код ОКЭД - 20.4). Данная группа ОКЭД включает рассматриваемую в рамках данного маркетингового исследования подгруппу 20.41 «Производство мыла и моющих, чистящих и полирующих средств» включающую следующие подклассы:

20.41.0 Производство мыла и моющих, чистящих и полирующих средств, включающий:

* производство органических поверхностно-активных препаратов;
* производство бумаги, салфеток и т.д. покрытых или пропитанных моющими средствами;
* производство глицерина;
* производство мыла, за исключением, косметического мыла;
* производство поверхностно-активных препаратов: стиральных порошков в твердой или жидкой форме и прочих моющих средств, препаратов для мытья посуды, ароматизирующих и смягчающих средств для добавления при стирке;
* производство очищающих и полирующих средств: освежителей воздуха, искусственного воска, средств по уходу за кожаными изделиями, полиролей для мебели и деревянных поверхностей, полиролей для стеклянной и металлической поверхностей, чистящих паст и порошков, включая салфетки, покрытые или пропитанные подобными средствами.

Исследуемая продукция, получаемая предприятиями, в органах статистики классифицируется в соответствии со Статистическим классификатором промышленной продукции (товаров, услуг) (Утвержден приказом Председателя Агентства Республики Казахстан по статистике № 144 от «07» сентября 2009 года) (далее – СКПП) с указанием подвидов продукции, относящихся к виду экономической деятельности «Производство мыла и моющих, чистящих и полирующих средств» (см. Таблицу 1).

**Таблица 1. Перечень продукции в соотетствии с СКПП, относящийся к производству мыла и моющих, чистящих и полирующих средств**

|  |  |
| --- | --- |
| **Код** | **Наименование** |
| С | Продукция обрабатывающей промышленности |
| 20 | Вещества химические и продукты химические |
| 20.4 | Мыло и средства моющие, препараты чистящие и полирующие, средства парфюмерные и косметические |
| 20.41 | Мыло и средства моющие, препараты чистящие и полирующие |
| 20.41.1 | Глицерин |
| 20.41.10 | Глицерин |
| 20.41.10.100 | Сырой глицерин |
| 20.41.10.200 | Вода глицериновая |
| 20.41.10.300 | Щелок глицериновый |
| 20.41.2 | Вещества поверхностно-активные органические, кроме мыла |
| 20.41.20 | Вещества поверхностно-активные органические, кроме мыла |
| 20.41.20.200 | Вещества поверхностно-активные органические, кроме мыла, анионоактивные |
| 20.41.20.300 | Вещества поверхностно-активные органические, кроме мыла, катионоактивные |
| 20.41.20.500 | Вещества поверхностно-активные органические, кроме мыла, неиногенные |
| 20.41.20.900 | Вещества поверхностно-активные органические, кроме мыла, прочие |
| 20.41.3 | Мыло, средства моющие и чистящие |
| 20.41.31 | Мыло и вещества и препараты поверхностно-активные органические для использования в качестве мыла; бумага, ватная набивка, войлок, фетр и материалы нетканые, пропитанные или покрытые мылом и моющими средствами |
| 20.41.31.500 | Мыло и продукты поверхностно-активные органические в прочих формах, кроме брусков и кусков |
| 20.41.31.530 | Мыло и продукты поверхностно-активные органические в хлопьях, вафлях, гранулах или порошках |
| 20.41.31.590 | Мыло и продукты поверхностно-активные органические в прочих формах, кроме брусков, кусков, прочие; бумага, ватная набивка, войлок, фетр и материалы нетканые, пропитанные или покрытые мылом или моющим средством |
| 20.41.31.900 | Мыло и продукты поверхностно-активные органические в форме брусков, кусков, прочие |
| 20.41.31.930 | Мыло и продукты поверхностно-активные органические в форме брусков, кусков, технические |
| 20.41.31.950 | Мыло и продукты поверхностно-активные органические в форме брусков, кусков, хозяйственные |
| 20.41.31.990 | Мыло и продукты поверхностно-активные органические в форме брусков, кусков прочие, не включенные в другие группировки |
| 20.41.32 | Средства моющие |
| 20.41.32.300 | Средства поверхностно-активные, расфасованные для торговли розничной |
| 20.41.32.500 | Средства моющие и чистящие, средства моющие вспомогательные, кроме средств поверхностно-активных, расфасованные для торговли розничной |
| 20.41.32.520 | Средства моющие и чистящие для грубой мойки, расфасованные для торговли розничной |
| 20.41.32.530 | Средства моющие и чистящие для тонкой мойки, расфасованные для торговли розничной |
| 20.41.32.570 | Средства моющие и чистящие для посуды, расфасованные для торговли розничной |
| 20.41.32.590 | Средства моющие и чистящие прочие, расфасованные для торговли розничной |
| 20.41.32.600 | Средства поверхностно-активные, не расфасованные для торговли розничной |
| 20.41.32.700 | Средства моющие и чистящие, средства моющие вспомогательные, кроме средств поверхностно-активных, не расфасованные для торговли розничной |
| 20.41.32.720 | Средства моющие и чистящие для ковров и ковровых покрытий, не расфасованные для торговли розничной |
| 20.41.32.730 | Средства моющие и чистящие для покрытий напольных современных, не расфасованные для торговли розничной |
| 20.41.32.740 | Средства моющие для автомобилей, не расфасованные для торговли розничной |
| 20.41.32.750 | Средства моющие для окон, не расфасованные для торговли розничной |
| 20.41.32.770 | Средства моющие для туалетов, не расфасованные для торговли розничной |
| 20.41.32.790 | Средства моющие и чистящие прочие, не расфасованные для торговли розничной |
| 20.41.4 | Вещества душистые и воски |
| 20.41.41 | Средства ароматизирующие и дезодорирующие для помещений, включая составы душистые, используемые при отправлении религиозных обрядов |
| 20.41.41.000 | Средства ароматизирующие и дезодорирующие для помещений, включая составы душистые, используемые при отправлении религиозных обрядов |
| 20.41.42 | Воски искусственные и готовые |
| 20.41.42.500 | Воски искусственные и готовые из лигнита химически модифицированного (угля бурого) |
| 20.41.42.700 | Воски искусственные и готовые из полиэтиленгликоля |
| 20.41.42.900 | Воски искусственные и готовые прочие, включая сургуч |
| 20.41.43 | Составы полирующие и кремы для обуви, мебели, полов, кузовов автомобилей легковых, стекла или металла |
| 20.41.43.300 | Составы полирующие, кремы и средства аналогичные для обуви и кожи |
| 20.41.43.350 | Составы полирующие, кремы и средства аналогичные для обуви |
| 20.41.43.370 | Составы полирующие, кремы и средства аналогичные для кожи |
| 20.41.43.500 | Составы полирующие, мастики и средства аналогичные, кроме восков искусственных и готовых, для ухода за мебелью, полами или изделиями из дерева прочими |
| 20.41.43.550 | Составы полирующие, мастики и средства аналогичные, для ухода за полами и изделиями из дерева, кроме мебели |
| 20.41.43.570 | Составы полирующие, мастики и средства аналогичные, для ухода за мебелью из дерева |
| 20.41.43.700 | Средства полирующие и средства аналогичные для транспортных средств, кроме составов полирующих для металлов, восков искусственных и готовых |
| 20.41.43.750 | Средства для восстановления покрытия красочного автомобилей |
| 20.41.43.770 | Составы полирующие для автомобилей |
| 20.41.43.790 | Составы полирующие и средства аналогичные для транспортных средств, кроме составов полирующих для металлов, прочие |
| 20.41.43.900 | Составы полирующие, мастики и средства аналогичные, прочие |
| 20.41.43.930 | Составы для поверхностей металлических |
| 20.41.43.990 | Составы полирующие, мастики и средства аналогичные, не включенные в другие группировки |
| 20.41.44 | Пасты чистящие, порошки и средства чистящие прочие |
| 20.41.44.000 | Пасты чистящие, порошки и средства чистящие прочие |
| 20.41.9 | Услуги в области производства мыла и средств моющих, препаратов чистящих и полирующих |
| 20.41.99 | Услуги в области производства мыла и средств моющих, препаратов чистящих и полирующих |
| 20.41.99.100 | Услуги в области производства мыла и средств моющих |
| 20.41.99.200 | Услуги в области производства препаратов чистящих и полирующих |

*Источник: Комитет по статистике Министерства Национальной Экономики РК*

Товары при их декларировании таможенным органам подлежат классификации по Товарной номенклатуре внешнеэкономической деятельности (далее - ТН ВЭД). Согласно этой классификации продукция, относящиеся к изучаемой группе для вида экономической деятельности «Производство мыла и моющих, чистящих и полирующих средств», включает в себя ниже следующие коды ТН ВЭД (см. Таблицу 2).

**Таблица 2. Перечень продукции в соотетствии с ТН ВЭД, относящийся к производству мыла и моющих, чистящих и полирующих средств**

|  |  |
| --- | --- |
| **Код ТН ВЭД** | **Наименование** |
| 152000 | Глицерин сырой; глицериновая вода и глицериновый щелок |
| 330741 | Агарбатти и прочие благовония, распространяющие запах при горении |
| 330749 | Прочие средства для ароматизации и дезодорирования воздуха помещений, включая благовония для религиозных обрядов |
| 340119 | Прочие мыло; поверхностно-активные органические вещества и средства, в форме брусков, кусков или в виде фигурных изделий; бумага, вата, войлок или фетр и нетканые материалы, пропитан. или… |
| 340120 | Мыло в прочих формах |
| 340211 | Поверхностно-активные органические вещества, анионные, расфасованные или не расфасованные для розничной продажи |
| 340212 | Вещества катионоактивные поверхностно-активные органические, расфасованные или не расфасованные для розничной продажи |
| 340213 | Вещества неиногенные поверхностно-активные органические, расфасованныеили не расфасованные для розничной продажи |
| 340219 | Прочие вещества поверхностно-активные органические, расфасованные или не расфасованные для розничной продажи |
| 340220 | Поверхностно-активные средства, моющие, чистящие, расфасованные для розничной продажи (кроме средств товарной позиции 3401) |
| 340290 | Прочие поверхностно-активные средства, моющие средства и средства чистящие (кроме средств товарной позиции 3401) |
| 340420 | Воски искусственные и готовые воски из полиоксиэтилена (полиэтиленгликоля) |
| 340490 | Прочие воски, искусственные и готовые |
| 340510 | Ваксы, кремы и аналогичные средства для обуви или кожи |
| 340520 | Полироли, мастики и аналогичные средства для ухода за деревянной мебелью, полами или прочими изделиями из дерева |
| 340530 | Полироли и аналогичные средства для автомобильных кузовов, кроме полирующих средств для металлов |
| 340540 | Чистящие пасты и порошки и прочие чистящие средства |
| 340590 | Прочие полирующие средства |

*Источник: Комитет по статистике Министерства Национальной Экономики РК*

Согласно данным Комитета по статистике Министерства Национальной Экономики РК в 2014 году доля производства моющих, чистящих средств (2,7 млрд тенге) в объеме произведенной продукции обрабатывающей промышлености (6 092,2 млрд тенге) составила 0,05%.

Уровень рентабельности предприятий по производству моющих, чистящих средств в 2014 году составил 49,8%, при этом в первом полугодии 2015 года данный показатель снизился до 0,5%.

В 2014 году индекс физического объема производства моющих, чистящих средств увеличился по отношению к показателям 2013 года и составил 231,2% (в 1 полугодии 2015 года – 150,3%).

Проблемные вопросы отрасли:

* основной проблемой данного сегмента отрасли является сложности в организации вывода казахстанской продукции на отечественный рынок, а также фактически имеющиеся финансовые затруднения;
* высокая степень монополизации рынка зарубежными производителями;
* низкая брендинговая узнаваемость на отечественной продукции.

Вместе с тем, сообщают о необходимости изменения действующей системы возврата НДС при экспорте отечественной продукции, в части, облегчения требований налоговых органов по проверке цепи поставщиков, участвующих в производственном процессе и исключения категории «производитель-экспортер» из-под действия «Правил системы управления рисками в целях подтверждения суммы превышения налога на добавленную стоимость, предъявляемой в возврату», утвержденные Постановлением Правительства РК 27 марта 2013 года № 279.

### ОКАЗЫВАЕМАЯ ПОДЕРЖКА ОТРАСЛИ

Единая программа поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса 2020» (далее - Программа) разработана для реализации Послания Президента Республики Казахстан народу Казахстана «Новое десятилетие - Новый экономический подъем - новые возможности Казахстана» и Общенационального плана развития Казахстана до 2020 года, утвержденного Указом Президента Республики Казахстан от 17 февраля 2010 года № 925.

Единая программа поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса 2020» (далее – Единая Программа «Дорожная карта бизнеса 2020») разработана Министерство национальной экономики Республики Казахстан и направлена на достижение цели посланий Президента Республики Казахстан народу Казахстана «Стратегия «Казахстан - 2030» и «Казахстанский путь - 2050: единая цель, единые интересы, единое будущее».

Основная цель Единой Программы «Дорожная карта бизнеса 2020» - это обеспечение устойчивого и сбалансированного роста регионального предпринимательства, а также поддержание действующих и создание новых постоянных рабочих мест.

Единой Программой «Дорожная карта бизнеса 2020» будет проводиться работа по следующим четырем направлениям:

1) поддержка новых бизнес-инициатив предпринимателей моногородов, малых городов и сельских населенных пунктов;

2) отраслевая поддержка предпринимателей, осуществляющих деятельность в приоритетных секторах экономики и отраслях обрабатывающей промышленности;

3) снижение валютных рисков предпринимателей;

4) предоставление нефинансовых мер поддержки предпринимательства.

**Первое направление:** поддержка новых бизнес-инициатив предпринимателей моногородов, малых городов и сельских населенных пунктов предусматривает оказание предпринимателям следующих мер финансовой поддержки:

1) субсидирование части ставки вознаграждения по кредитам/договорам финансового лизинга банков/банка развития/лизинговых компаний;

2) частичное гарантирование по кредитам банков/банка развития;

3) предоставление государственных грантов;

4) микрокредитование субъектов малого предпринимательства;

5) субсидирование части ставки вознаграждения по микрокредитам частных микрофинансовых организаций;

6) частичное гарантирование кредитов микрофинансовых организаций перед банками.

**Второе направление:** отраслевая поддержка предпринимателей, осуществляющих деятельность в приоритетных секторах экономики и отраслях обрабатывающей промышленности предусматривает оказание предпринимателям следующих мер финансовой поддержки:

* субсидирование ставки вознаграждения по кредитам/договорам финансового лизинга банков/банка развития/лизинговых компаний;
* частичное гарантирование по кредитам банков/банка развития;
* развитие производственной (индустриальной) инфраструктуры;
* создание индустриальных зон.

**Третье направление:** снижение валютных рисков предпринимателей предусматривает субсидирование номинальной ставки вознаграждения по действующим кредитам/договорам финансового лизинга банков/банка развития/лизинговых компаний в национальной и иностранной валютах.

**Четвертое направление:** нефинансовые меры поддержки предпринимательства предусматривают оказание государственной нефинансовой поддержки субъектам частного предпринимательства и населению с предпринимательской инициативой по следующим функциональным направлениям:

* информационно-аналитическое обеспечение предпринимательства;
* развитие компетенций предпринимателей;
* повышение производительности предпринимателей;
* расширение деловых связей.

Основные инструменты реализации Единой Программой «Дорожная карта бизнеса 2020»:

Новые бизнес проекты будут реализовываться с помощью следующих инструментов:

а) субсидирование ставки вознаграждения по кредитам/лизинговым сделкам. Размер субсидирования – 10% годовых от ставки вознаграждения по кредиту/лизингу;

б) частичное гарантирование по кредитам. При этом, размер гарантий для начинающих предпринимателей увеличен – до 85% по кредитам до 20 млн тенге. Гарантия для действующих предпринимателей – до 50% по кредитам до 180 млн тенге;

в) предоставление государственных грантов. Максимальная сумма гранта для одного предпринимателя – до 3 млн тенге.

Отраслевая поддержка будет реализовываться с помощью таких инструментов как:

а) субсидирование ставки вознаграждения по кредитам/лизинговым сделкам. Для приоритетных отраслей размер субсидирования составит 7% годовых от ставки вознаграждения. Для проектов казахстанских товаропроизводителей размер субсидирования увеличен до 10% годовых от ставки вознаграждения;

б) частичное гарантирование по кредитам. Для приоритетных отраслей сумма гарантии составит до 50% по кредитам до 360 млн тенге. Для проектов в отраслях обрабатывающей промышленности размер гарантии составит до 20% по кредитам до 1 млрд.850 млн тенге.

Сроки реализации Единой Программой «Дорожная карта бизнеса 2020» - 2015-2019 годы. На реализацию Единой Программой «Дорожная карта бизнеса 2020» из республиканского бюджета в 2015 году предусматривается 56 387 058 тыс. тенге, в 2016 году - 53 376 977 тыс. тенге, в 2017 году - 66 914 948 тыс. тенге, в 2018 году - 66 941 960 тыс. тенге, в 2019 году - 66 967 833 тыс. тенге. Дальнейшее финансирование Программы будет осуществляться в рамках средств, предусмотренных в республиканском бюджете на соответствующие финансовые годы.

По состоянию на 23 ноября 2015 года в рамках Единой Программой «Дорожная карта бизнеса 2020»:

* всего подписано договоров о субсидиях по 6423 проекта на общую сумму 1 102,68 млрд тенге, по первому направлению – 816 проектов на сумму 35,43 млрд тенге, по второму направлению – 5320 проектов на сумму 734,79 млрд тенге и по третьему направлению – 287 проектов на сумму 332,46 млрд тенге;
* в том числе 327 проектов, отклоненных МЭРТ, ГО Фонда, РКС, отказавшихся от участия заемщиков и др.;
* Наиболее активные регионы: Павлодарская область, Восточно-Казахстанская область, Актюбинская область, Южно-Казахстанская область и Карагандинская область.

В структуре субсидируемых проектов в разрезе отраслей преобладает обрабатывающая промышленность 33,4%, сектор транспорта и складирования 29,2%, ремонта автотранспортных средств 7,3%; здравоохранение и социальные услуги 6,1%, а также проекты в агропромышленном комплексе 10,7%.

Такой сектор как производство мыла и моющих, чистящих и полирующих средств не относится к приоритетному, хотя и попадает в приоритетную группу ОКЭД под кодом 20 (производство продуктов химической промышленности).

По состоянию на 23 ноября 2015 года в рамках 1-го, 2-го и 3-его направления субсидирования Единой программы «Дорожная карта бизнеса 2020», заключение договоров о субсидировании с предприятиями по производству моющих, чистящих средств АО «Фонд развития предпринимательства «Даму» не осуществлялось.

### ВНУТРЕННЕЕ ПРОИЗВОДСТВО

Согласно данным Комитета по статистике Министерства Национальной Экономики РК в период с 2009 по 2014 годы доля производства мыла и моющих, чистящих и полирующих средств (далее – Моющие, чистящие средства) в валовой внутренней продукции Казахстана находилась на уровне 0,01%. При этом его доля в обрабатывающей промышленности РК в 2014 году составила с 0,05% (см. Рисунок 1).

**Рисунок 1. Показатели объема производста моющих, чистящих средств в РК с 2009 года по январь-июнь 2015 года**



*Источник: Комитет по статистике Министерства Национальной Экономики РК*

Объем отечественного производства моющих, чистящих средств с 2009 по 2014 года в денежном выражении демонстрировал устойчивый рост (см. Рисунок 1). В 2014 году объем производства моющих, чистящих средств составил 2 727,1 млн тенге, что на 169% выше показателя 2009 года и на 114% выше показателя 2013 года. За первое полугодие 2015 года объем производства моющих, чистящих средств составил 1 262,2 млн тенге, при этом индексы физического объема промышленной продукции к аналогичному периоду прошлого года составил 150,3%.

По итогам 2014 года можно отметить, что объем производства моющих, чистящих средств в натуральном выражении увеличился по отношению к показателям 2013 года на 152,8% и составило 20 719 тонн (см. Таблицу 3).

**Таблица 3. Производство моющих, чистящих средств в натуральном выражении в РК с 2009 года по 2014 год**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|   | **2009 г.** | **2010 г.** | **2011 г.** | **2012 г.** | **2013 г.** | **2014 г.** |
| Тонн | 10 678 | 12 065 | 12 144 | 15 512 | 13 563 | 20 719 |
| Отношение показателей отчетного года к предыдущему году | - | 113,0% | 100,7% | 127,7% | 87,4% | 152,8% |

*Источник: Комитет по статистике Министерства Национальной Экономики РК*

По итогам 2014 года основными регионами Казахстана по производству моющих, чистящих средств являются и Актюбинская (40,8%, 8 446 тонны) Южно-Казахстанская (37,1%, 7 689 тонны) области (см. Таблицу 4).

**Таблица 4. Производство моющих, чистящих средств в разразе регионов РК с 2009 года по 2014 год, тонн**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|   | **2010 г.** | **2011 г.** | **2012 г.** | **2013 г.** | **2014 г.** | **2014 г. к 2013 г.** |
| **Всего по РК** | 12 065 | 12 144 | 15 512 | 13 563 | 20 720 | 100% | 153% |
| Акмолинская | 1 103 | 56 | 56 | 100 | 80 | 0,4% | 80% |
| Актюбинская | 4 |   | 230 | 983 | 8 446 | 40,8% | 859% |
| Алматинская | 2 648 | 637 | 20 | 1 054 | 1 427 | 6,9% | 135% |
| Жамбылская | 59 |   |   |   |   |   |   |
| Карагандинская | 70 | 63 | 51 | 27 | 26 | 0,1% | 96% |
| Костанайская | 88 | 147 | 303 | 427 | 619 | 3,0% | 145% |
| Южно-Казахстанская | 6 289 | 9 095 | 12 224 | 7 928 | 7 689 | 37,1% | 97% |
| Павлодарская | 788 | 873 | 1 175 | 1 381 | 1 067 | 5,1% | 77% |
| г. Алматы | 1 016 | 1 273 | 1 453 | 1 663 | 1 366 | 6,6% | 82% |
| **в т.ч.:** |
| **мыло и вещества и препараты поверхностно-активные органические для использования в качестве мыла; бумага, ватная набивка, войлок, фетр и материалы нетканые, пропитанные или покрытые мылом и моющими средствами** |
| РК | 6 624 | 9 336 | 11 704 | 7 428 | 7 961 | 100% | 107% |
| Алматинская | 185 | 132 | 20 | 55 | 690 | 8,7% | 1255% |
| Карагандинская | 55 | 45 | 41 | 22 | 25 | 0,3% | 114% |
| Южно-Казахстанская | 6 242 | 9 037 | 11 427 | 7 110 | 6 997 | 87,9% | 98% |
| Павлодарская |   |   | 85 | 101 | 79 | 1,0% | 78% |
| г. Алматы | 142 | 122 | 131 | 140 | 170 | 2,1% | 121% |
| **средства моющие** |
| РК | 5 430 | 2 792 | 3 801 | 6 020 | 12 695 | 100% | 211% |
| Акмолинская | 1 103 | 56 | 56 | 100 | 80 | 0,6% | 80% |
| Актюбинская | 4 |   | 230 | 983 | 8 446 | 66,5% | 859% |
| Алматинская | 2 463 | 505 |   | 999 | 737 | 5,8% | 74% |
| Жамбылская | 59 |   |   |   |   |   |   |
| Карагандинская | 4 | 2 | 3 |   |   |   |   |
| Костанайская | 88 | 147 | 303 | 427 | 619 | 4,9% | 145% |
| Южно-Казахстанская | 47 | 58 | 797 | 818 | 692 | 5,5% | 85% |
| Павлодарская | 788 | 873 | 1 090 | 1 170 | 925 | 7,3% | 79% |
| г. Алматы | 874 | 1 151 | 1 322 | 1 523 | 1 196 | 9,4% | 79% |
| **пасты чистящие, порошки и средства чистящие прочие** |
| РК | 11 | 16 | 7,2 | 115,1 | 63,5 | 100% | 55% |
| Карагандинская | 11 | 16 | 7,2 | 4,9 | 0,9 | 1,4% | 18% |
| Павлодарская |   |   |   | 110,2 | 62,6 | 98,6% | 57% |

*Источник: Комитет по статистике Министерства Национальной Экономики РК*

### ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ МОЩНОСТИ

Производственная мощность промышленного предприятия – это максимально возможный выпуск продукции за год, который определяется с учетом полного использования установленного режима работы производственного оборудования и производственных площадей.

Среднегодовая производственная мощность, действовавшая в отчетном году - определяется путем прибавления к мощности на начало года среднегодового увеличения мощности и вычитания среднегодового ее уменьшения, с учетом количества месяцев действия мощности до конца года.

Использование среднегодовой производственной мощности - отношение фактического выпуска продукции на специализированных мощностях к среднегодовой мощности, действующей в отчетном году.

В 2014 году средний уровень использования среднегодовой мощности в производстве моющих, чистящих средств составил в среднем по РК - 30,9%.

**Таблица 5. Баланс производственных мощностей на промышленных предприятиях по производству мыла и веществ и препаратов поверхностно-активных органических для использования в качестве мыла; бумаги, ватной набивки, войлока, фетра и материалов нетканых, пропитанных или покрытыя мылом и моющими средствами за 2014 год в разрезе регионов РК (на специализированных мощностях), тонн**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|   | **Мощность наначало года** | **Мощностьна конец года** | **Среднегодоваямощность, действовавшаяв отчетномгоду** | **Выпускпродукции или количество переработанногосырья** | **Использованиесреднегодовоймощности в отчетном году, в %** |
| РК |  23 535 |  23 498 |  23 498 |  7 268 |  30,9 |
| Алматинская |  1 320 |  1 320 |  1 320 | - | - |
| Жамбылская |  1 740 |  1 740 |  1 740 | - | - |
| Карагандинская |  664 |  164 |  164 |  25 |  15,2 |
| Южно-Казахстанская |  18 846 |  19 309 |  19 309 |  6 997 |  36,2 |
| Павлодарская |  180 |  180 |  180 |  79 |  43,9 |
| г. Алматы |  785 |  785 |  785 |  167 |  21,3 |

*Источник: Комитет по статистике Министерства Национальной Экономики РК*

Уровень износа производственных мощностей предприятий по производству моющих, чистящих средств в 2014 году в среднем по РК составил 43,3% (см. Таблицу 6).

**Таблица 6. Износ производственных мощностей на промышленных предприятиях по производству мыла и моющих средств, чистящих и полирующих препаратов, парфюмерной продукции и косметических средств с 2009 года по 2014 год**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **2009 г.** | **2010 г.** | **2011 г.** | **2012 г.** | **2013 г.** | **2014 г.** |
| 9,6% | 18,4% | 7,9% | 23,6% | 77,6% | 43,3% |

*Источник: Комитет по статистике Министерства Национальной Экономики РК*

### ВНЕШНЯЯ ТОРГОВЛЯ

Товарооборот РК по моющим, чистящим средствам за 2014 год составил 264 214 тыс. долл. США, что на 15,5% меньше показателя за 2013 год. При этом, в 2014 году экспорт моющих, чистящих средств из РК снизился на 2% и составил 23 955 тыс. долл. США, а импорт снизился на 16,6% и составил 240 258 тыс. долл. США (см. Таблицу 7).

 **Таблица 7. Товарооборот РК по моющим, чистящим средствам с 2010 года по 2014 год, тыс. долл. США**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|   | **2010г.** | **2011г.** | **2012г.** | **2013г.** | **2014г.** | **Прирост 2014г. к 2013г.** |
|
| Товарооборот, в т.ч.: | 141 010 | 221 124 | 277 321 | 312 637 | 264 214 | -15,49% |
| Экспорт | 13 013 | 18 113 | 29 039 | 24 455 | 23 955 | -2,04% |
| Импорт | 127 997 | 203 011 | 248 283 | 288 182 | 240 258 | -16,63% |
| Торговый баланс (чистый экспорт) | -114 983 | -184 898 | -219 244 | -263 727 | -216 303 | -17,98% |

*Источник: United Nations Commodity Trade Statistics Database*

В целом с 2010 года по 2014 год объем экспорта моющих, чистящих средств увеличился. Так в 2014 году объемов экспорта моющих, чистящих средств по сравнению с 2010 годом увеличился в 1,8 раза. При этом, импорт моющих, чистящих средств за рассматриваемый период также увеличился. В 2014 году по сравнению с 2010 годом импорт моющих, чистящих средств увеличится в 1,9 раза (см. Таблицу 7).

За анализируемый период наблюдается тенденция роста объемов торговли моющими, чистящими средствами в натуральном выражении. Вместе с тем, в 2014 году темп роста импорта рассматриваемой продукции в натуральном выражении (-3,8%) превысил темп роста импорта в денежном выражении (-16,6%) в среднем на 12,8%, что указывает на увеличение импорта в Казахстан сравнительно дешевых моющих, чистящих средств (см. Таблицу 8).

**Таблица 8. Экспорт-импорт моющих, чистящих средств в РК с 2010 года по 2014 год, тонн**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|   | **2010 г.** | **2011 г.** | **2012 г.** | **2013 г.** | **2014 г.** | **Прирост 2014г. к 2013г.** |
| Экспорт | 10 064 | 13 324 | 21 684 | 17 324 | 16 827 | -2,86% |
| Импорт | 96 494 | 138 559 | 142 843 | 144 513 | 139 008 | -3,81% |

*Источник: United Nations Commodity Trade Statistics Database*

В 2014 году экспорт моющих, чистящих средств из Казахстана осуществлялся в 18 страну мира, тогда как импорт по этой товарной позиции был из 60 стран мира. Наибольший экспорт моющих, чистящих средств в 2014 году был осуществлен в Кыргызстан (38,4% или 9 188 тыс. долл. США), Монголию (29% или 6 943 тыс. долл. США) и в Таджикистан (23,7% или 5 671 тыс. долл. США). Лидером по объемам импорта моющих, чистящих средств в Казахстан была Россия (67%, 161 217 тыс. долл. США), Турция заняла вторе место с объемом импорта в 12 523 тыс. долл. США (5,2%) (см. Таблицу 9).

**Таблица 9. Основные страны партнеры РК по торговле моющими, чистящими средствами в 2014 году, в денежном вырадении**

|  |  |
| --- | --- |
| **Экспорт** | **Импорт** |
| **Страна** | **Тыс. долл. США** | **Доля** | **Страна** | **Тыс. долл. США** | **Доля** |
| Кыргызстан | 9 188 | 38,4% | Россия | 161 217 | 67,1% |
| Монголия | 6 943 | 29,0% | Турция | 12 523 | 5,2% |
| Таджикистан | 5 671 | 23,7% | Китай | 10 331 | 4,3% |
| Афганистан | 922 | 3,8% | Украина | 8 256 | 3,4% |
| Узбекистан | 821 | 3,4% | Германия | 7 909 | 3,3% |
| Нидерланды | 138 | 0,6% | Польша | 6 231 | 2,6% |
| Россия | 124 | 0,5% | Франция | 4 482 | 1,9% |
| Другие страны мира | 149 | 0,6% | Другие страны мира | 29 309 | 12,2% |
| Всего: | 23 955 | 100,0% | Всего: | 240 258 | 100,0% |

*Источник: United Nations Commodity Trade Statistics Database*

В натуральном выражении основными странами казахстанского экспорта моющих, чистящих средств в 2014 году были Кыргызстан (40%, 6 736 тонн), Таджикистан (29,2%, 4 912 тонны) и Монголия (21,5%, 3 625 тонн). При этом основной объем импорта моющих, чистящих средств в Казахстан пришелся на Россию в объеме 94 953 тонны (68,3%) и Турцию (7,6%, 10 603 тонны) (см. Таблицу 10).

**Таблица 10. Основные страны партнеры РК по торговле моющими, чистящими средствами в 2014 году в натуральном выражении**

|  |  |
| --- | --- |
| **Экспорт** | **Импорт** |
| **Страна** | **тонн** | **Доля** | **Страна** | **тонн** | **Доля** |
| Кыргызстан | 6 736 | 40,0% | Россия | 94 953 | 68,3% |
| Таджикистан | 4 912 | 29,2% | Турция | 10 603 | 7,6% |
| Монголия | 3 625 | 21,5% | Польша | 5 032 | 3,6% |
| Узбекистан | 857 | 5,1% | Иран | 4 908 | 3,5% |
| Афганистан | 493 | 2,9% | Украина | 3 921 | 2,8% |
| Россия | 93 | 0,6% | Китай | 3 545 | 2,6% |
| Другие страны мира | 111 | 0,66% | Другие страны мира | 16 045 | 11,5% |
| Всего: | 16 827 | 100% | Всего: | 139 008 | 100% |

*Источник: United Nations Commodity Trade Statistics Database*

### РАЗМЕР РЫНКА

В период с 2010 года по 2013 год наблюдается увеличение емкости казахстанского рынка моющих, чистящих средств. Так в 2013 году емкость рынка моющих, чистящих средств составила 279 396 тыс. долл. США увеличившись по отношению к 2010 году на 219%. При этом, в 2014 году по отношению к 2013 году наблюдается снижение емкости рынка моющих, чистящих средств на 17% до 231 522 тыс. долл. США. (см. Таблицу 11).

**Таблица 11. Оценка емкости казахстанского рынка моющих, чистящих средств в период с 2010 год по 2014 год, в тыс. долл. США**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|   | **2010 г.** | **2011 г.** | **2012 г.** | **2013 г.** | **2014 г.** | **2014 г. к 2013 г.** |
| Производство, в тыс. тенге | 1 897 160 | 2 057 922 | 2 760 179 | 2 383 705 | 2 727 101 | 114% |
| Производство\* | 12 875 | 14 036 | 18 511 | 15 669 | 15 219 | 97% |
| Экспорт | 13 013 | 18 113 | 29 039 | 24 455 | 23 955 | 98% |
| Импорт | 127 997 | 203 011 | 248 283 | 288 182 | 240 258 | 83% |
| Емкость рынка | 127 859 | 198 934 | 237 755 | 279 396 | 231 522 | 83% |
| Среднегодовой обменный курс долл. США к тенге | 147,35 | 146,62 | 149,11 | 152,13 | 179,19 | 118% |

*\* Объем производства в долл. США рассчитан исходя из среднегодового обменного курса долл. США к тенге.*

*Источник: United Nations Commodity Trade Statistics Database, Комитет по статистике Министерства Национальной Экономики РК*

В натуральном выражении емкость казахстанского рынка моющих, чистящих средств в 2014 год оценивается в 142 900 тонн. Внутренние потребности Казахстана в моющих, чистящих средствах обеспечивались за счет импортных поставок на 97% (139 008 тонн) (см. Таблицу 12).

**Таблица 12. Оценка емкости казахстанского рынка моющих, чистящих средств в 2014 год, тонн**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Производство** | **Экспорт** | **Импорт** | **Емкость рыка** |
|
| 20 719 | 16 827 | 139 008 | 142 900 |

*Источник: United Nations Commodity Trade Statistics Database, Комитет по статистике Министерства Национальной Экономики РК*

### ОБЗОР ЦЕН

Индекс цен предприятии-производителей моющих, чистящих средств и парфюмерной продукции в РК за рассматриваемый период с 2011 года по январь-июнь 2015 года имел тенденцию непрерывного роста. Так, в 2014 году увеличение показателя индекса цен предприятий-производителей рассматриваемой продукции составило 102,8%, а в период январе-июнь 2015 года рост цен производителей составил 100,6% (см. Таблицу 13).

**Таблица 13. Индекс цен предприятии-производителей мыла и моющих средств, чистящих и полирующих препаратов, парфюмерной продукции и косметических средств в РК с 2011 года по январь-июнь 2015 года, в %, к соответствующему периоду предыдущего года**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **2011 г.** | **2012 г.** | **2013 г.** | **2014 г.** | **январь-июнь 2015 г.** |
|  111,8 |  108,5 |  102,4 |  102,8 |  100,6 |

*Источник: Комитет по статистике Министерства Национальной Экономики РК*

Вместе с тем, ниже представлено сравнение средней условной экспортной и импортной стоимости тонны моющих, чистящих средств. Необходимо отметить, что условная стоимость одной тонны анализируемой продукции, складывающаяся при экспорте/импорте, не является ценой продукции, а представляет собой расчетное среднее значение, полученное путем деления суммарной стоимости экспорта/импорта на суммарный физический объем экспорта/импорта (см. Таблицу 14).

**Таблица 14. Сравнение средней условной стоимости тонны моющих, чистящих средств экспортируемых и импортируемых из/в РК**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **2010 г.** | **2011 г.** | **2012 г.** | **2013 г.** | **2014 г.** | **Прирост 2014 г. к 2013 г.** |
| Экспорт | 1 293 | 1 359 | 1 339 | 1 412 | 1 424 | 0,8% |
| Импорт | 1 326 | 1 465 | 1 738 | 1 994 | 1 728 | -13,3% |

*Источник: United Nations Commodity Trade Statistics Database*

В 2014 году средняя экспортная цена тонны моющих, чистящих средств составила 1 424 долл. США за тонну увеличившись по отношению к показателю 2013 года на 0,8%. Средняя стоимость импортируемых в РК моющих, чистящих средств в 2014 году снизилась по сравнению с 2013 годом на 13,3% и составляла 1 728 долл. США за тонну.

### ПОРТФОЛИО ОСНОВНЫХ ИГРОКОВ РЫНКА

ТОО «Swed Kaz». Предприятие выпускает синтетические моющие средства под торговой маркой «БАРФ». Мощность этого предприятия позволяет производить до 3 тысяч тонн продукции в год.

ТОО «Swed kaz» было создано в 2008 году. ТОО «Swed Kaz» — первая попытка организации в южном регионе производства из экологически чистых сырьевых компонентов и с использованием специально разработанных рецептур выпускаемой продукции. Благодаря работе лаборатории, предприятие имеет возможность менять рецептуры производимых товаров в короткие сроки. Продукция компании рассчитана на потребителей с невысоким и средним достатком при сохранении высокого качества.

**АО «Шымкентмай».** Предприятие создано в 1993 году на базе масложирового комбината, построенного и пущенного в эксплуатацию в 1942 году. Предприятие является одним из крупнейших среди аналогичных предприятий в Республике Казахстан и СНГ.

Основным видом деятельности АО «Шымкентмай» является:

* переработка масличных культур: семян хлопчатника, подсолнечника, сафлора, рапса, горчицы, бобов сои, сурепицы;
* производство высококачественных растительных рафинированных дезодорированных и недезодорированных масел, идеальных для приготовления любых блюд, являющихся важным пищевым продуктом, определяющих продовольственную безопасность страны;
* производство хлопковой шелухи, хлопкового тостированного, подсолнечного из не обрушенных семян, соевого и др. шротов, предназначенных для кормовых целей, а также для производства комбикормовой продукции;
* производство хозяйственного мыла, глицерина и госсиполовой смолы (гудрон).

Хозяйственное мыло 65% АО «Шымкентмай» - прекрасное гигиеническое и антисептическое средство. Оно вырабатывается из натурального растительного сырья. В нашем производстве категорически не используются животные жиры (свиной жир), что не нарушает религиозных канонов. АО «Шымкентмай» использует при производстве хозяйственного мыла такие рецептуры, которые обеспечивают прекрасное пенообразование и высокий моющий эффект. Мыло не вызывает кожно - алергических заболеваний.

**ТОО «КазБытХим»**. С 2009 года в Павлодарской области действует ТОО «КазБытХим». Предприятие производит и реализует товары бытовой и промышленной химии. На рынке Казахстана продукция данной компании представлена под брендом «Батыр» и «АДЕ». В ассортимент производимой продукции входят:

* средство для мытья посуды «Батыр»;
* средство для чистки газовых плит, духовок «Батыр»;
* средство для мытья полов «Батыр»;
* универсальное средство для уборки дома «Батыр»;
* отбеливатель для белья «Батыр»;
* средство для чистки канализационных труб «Батыр»;
* косметическая серия «АДЕ» (шампунь, бальзам для волос).

**Шахтинский завод синтетических моющих средств.** Данный завод был введен в производство в 1974 году, как предприятие, специализирующееся на выпуске товаров народного потребления (стиральные порошки, туалетное мыло, шампуни).

В 1992 году началась реконструкция завода с привлечением иностранной компании. Из-за отсутствия средств в 1993 году реконструкция была приостановлена. В 1995 году завод был остановлен и законсервирован. А в 1997 году был выкуплен Лондонской компанией «Moneta Detergents Ltd». после чего Шахтинский завод синтетических моющих средств был преобразован в ТОО «Монета Дитерджентс», которая с мая 2000 года приступила к реконструкции и модернизации цехов по производству синтетических моющих средств.

Проектная мощность производства синтетических моющих средств в результате реконструкции была увеличена с 30 до 60 тыс. тонн стирального порошка в год.

**Производственная компания ТОО «АШШУР Химиндустрия».** Предприятие образован в 2001 г. На предприятии выпускается более 73 видов продукции 73 (49 видов - автомобильная химия, 24 вида других типов товаров).

**Производственная компания ТОО «АТАГОН».** ПК ТОО «АТАГОН» производит средства для мытья посуды, автошампунь с полиролью и автошампунь для бесконтактной мойки, средство для химчистки автосалона.

### ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ

В зависимости от рода деятельности, в каждой компании существует своя особая система дистрибуции. Но все же есть общие критерии, которые организация всегда должна учитывать при построении каналов сбыта.

К основным критериям можно отнести:

* поиск дистрибуторов. Предполагает поиск оптовых или розничных продавцов, которые будут реализовать товар производителя, и заключение с ними договоренностей на поставку и реализацию товара;
* построение системы логистики. Предполагает формирование места хранения товарных запасов, а также способа и сроков доставки товаров для дистрибуторов;
* подбор персонала. Наем на работу экспедиторов, специалистов по логистике, торговых представителей и других сотрудников, без которых система дистрибуции не сможет работать;
* построение системы маркетинга в розничных сетях. Для эффективного продвижения товаров в рознице необходимо создать рекламную продукцию, способствующую продвижению товара в розничных сетях, а также наладить систему мерчандайзинга.

Для того чтобы в настоящее время выстроить эффективную, работающую систему дистрибуции в любой отрасли рынка, в первую очередь нужно учитывать массу определяющих факторов, как то: период жизненного цикла компании, бренда, продукта, существующее положение дел с дистрибуцией и т.д. Не следует забывать и о соизмеримости амбиций компании, производящей продукт, и этапа развития самого продукта. Кроме того, важно понимать, что нельзя применить действенную модель системы дистрибуции крупной, развитой компании к компании с «молодым» брендом.

Беря во внимание различие этапов развития компании и бренда, разнятся и факторы оптимизации отношений компании с дистрибуторами. На начальной фазе развития в тандеме «компания-дистрибутор» важно минимизировать отсрочку платежей, чтобы ускорить возврат и оборот денежных средств. Кроме того, для всех важно оптимизировать условия оплаты, взаиморасчетов и ценовые условия.

Каналы продвижения товара могут быть трех видов: прямые, косвенные и смешанные.

Прямые каналы связаны с перемещением товаров и услуг без участия посреднических организация, когда продвижение товаров создается на основе прямых хозяйственных взаимоотношений с потребителями по схеме: производитель - конечный потребитель. Конечный потребитель - тот, кто использует продукцию для удовлетворения своих потребностей. Этот вариант используется в случае, когда производитель не желает отдавать часть прибыли посредникам, когда спрос на товар высокий, товар высокодоходный.

Однако данный вариант имеет ограниченные возможности во времени, пространстве и деньгах, что обусловлено тем, что производитель продукции заинтересован в поставке транзитных количеств товара, исходя из объема его загрузки в транспортное средство (вагон). Существует даже понятие «транзитная норма». Кроме того, производитель будет изготавливать продукцию и переналаживать оборудование только из экономической целесообразности, т.е. на основе формирования достаточно большой партии заказа - заказной норме.

Косвенные каналы связаны с перемещением товаров и услуг сначала от изготовителя к незнакомому участнику - посреднику, а затем от него - к потребителю. Такие каналы обычно привлекают предприятия и фирмы, которые с целью увеличения своих рынков и объемов сбыта, согласны отказаться от многих сбытовых функций и расходов, и соответственно, от определенной доли контроля над сбытом, а также готовы несколько ослабить контакты с потребителями.

В этом случае производитель лишается части прибыли в пользу посредника. Здесь опять существует несколько вариантов. Несмотря на то, что при наличии посредников производитель теряет часть прибыли, их использование объясняется в основном непревзойденной эффективностью в обеспечении широкой доступности товара и доведения его до целевых рынков. Благодаря своим контактам, опыту, специализации и размаху деятельности посредники предлагают фирме больше того, что она обычно может сделать в одиночку. Так, например, работа нескольких производителей через одного дистрибьютора, который устанавливает контакты с несколькими производителями, способствует значительной экономии времени, денег, а также сокращает объем работы.

Смешанные каналы объединяют черты первых двух каналов продвижения товаров. Естественно, изготовитель заинтересован сбывать свою продукцию непосредственно потребителям при наличии собственных региональных складов и торговых точек. Но прежде чем прибегнуть к прямому маркетингу (прямой сбыт), менеджеры изготовителя должны убедиться в том, что продукция предприятия может быть полностью реализована.

В случаях, когда содержание промежуточных складов обходится изготовителю достаточно дорого за счет эксплуатации дорогостоящего оборудования, это вызывает необходимость перехода к прямому маркетингу. Тем не менее, сбытовые промежуточные склады изготовителей играют важную роль в системе товародвижения. При этом изготовители с помощью прямых контактов с потребителями через свой сбытовой персонал могут проводить более концентрированные и своевременные мероприятия для продвижения своей продукции.

Для каждого канала продвижения товара существуют свои сильные и слабые стороны, которые необходимо учитывать в зависимости от финансового состояния компании.

**Таблица 15. Сравнительные характеристики каналов продвижения товара**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Характеристики** | **Прямые каналы** | **Косвенные каналы** | **Смешанные каналы** |
| **оптовые фирмы** | **сбытовые агенты** |
| Рынок | Вертикальный | Горизонтальный | Вертикальный | Любой |
| Объем сбыта | Небольшой | Большой | Средний | Большой |
| Контакты с производителями | Самые высокие | Средние | Самые низкие | Оптимальные |
| Политика цен | Очень гибкая, быстро учитывающая конъектуру рынка | Гибкая, оперативно учитывает изменения на рынке | Недостаточно гибкая, требует согласования с производителями | В целом гибкая, удовлетворяющая потребителя и производителя |
| Знание предмета сбыта | Отличное | Удовлетво-рительное | Хорошее | Оптимальное |
| Зона действия | Узкая, в месте концентрации потребителей | Широкая, по всему рынку | Узкая, несколько агентов охватывают рынок | Наиболее полная |
| Право собственности изделия в процессе сбыта | У изготовителя | У посредника | У посредника | Нормальное |
| Финансовое состояние изготовителя | Сильное | Слабое, среднее | Слабое | Нормальное |
| Норма прибыли | Высокая | Низкая | Низкая | Средняя |
| Уровень стандартизации | Низкий | Высокий | Высокий, средний | Любой |
| Качество отчетности | Высокое | Низкое | Самое низкое | Нормальное |

### ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ

Уровень рентабельности предприятий по производству моющих, чистящих средств в 2014 году составил 49,8%, при этом в первом полугодии 2015 года данный показатель снизился до 0,5%.

В 2014 году индекс физического объема производства моющих, чистящих средств увеличился по отношению к показателям 2013 года и составил 231,2% (в 1 полугодии 2015 года – 150,3%).

В 2014 году объем производства моющих, чистящих средств составил 2 727,1 млн тенге, что на 169% выше показателя 2009 года и на 114% выше показателя 2013 года. Также можно отметить, что объем производства моющих, чистящих средств в натуральном выражении увеличился по отношению к показателям 2013 года на 152,8% и составило 20 719 тонн.

Основными регионами Казахстана по производству моющих, чистящих средств являются и Актюбинская (40,8%, 8 446 тонны) Южно-Казахстанская (37,1%, 7 689 тонны) области.

В 2014 году средний уровень использования среднегодовой мощности в производстве моющих, чистящих средств составил в среднем по РК - 30,9%.

Уровень износа производственных мощностей предприятий по производству моющих, чистящих средств в 2014 году в среднем по РК составил 43,3%.

В 2014 году основной страной экспортером моющих, чистящих средств из Казахстана был Кыргызстан (38,4%), при этом Россия является основным импортером моющих, чистящих средств в Казахстан (67%).

В натуральном выражении емкость казахстанского рынка моющих, чистящих средств в 2014 год оценивается в 142 900 тонн. Внутренние потребности Казахстана в моющих, чистящих средствах обеспечивались за счет импортных поставок на 97% (139 008 тонн).

Проблемные вопросы отрасли:

* основной проблемой данного сегмента отрасли является сложности в организации вывода казахстанской продукции на отечественный рынок, а также фактически имеющиеся финансовые затруднения;
* высокая степень монополизации рынка зарубежными производителями;
* низкая брендинговая узнаваемость на отечественной продукции.

Предприятия отрасли предлагают уполномоченным государственным органам проработать вопрос внесения изменений в действующую систему возврата НДС при экспорте отечественной продукции, в части, облегчения требований налоговых органов по проверке цепи поставщиков, участвующих в производственном процессе и исключения категории «производитель-экспортер» из-под действия «Правил системы управления рисками в целях подтверждения суммы превышения налога на добавленную стоимость, предъявляемой в возврату», утвержденные Постановлением Правительства РК 27 марта 2013 года № 279.

Данное маркетинговое исследование было подготовлен исключительно в целях информации. Содержащаяся в настоящем маркетинговом исследовании информация была получена из источников, которые, по мнению Исполнителя, являются надежными, однако не гарантирует точности и полноты информации для любых целей. Информация, представленная в данном отчете, не должна быть истолкована, прямо или косвенно, как информация, содержащая рекомендации по инвестициям. Все мнения и оценки, содержащиеся в настоящем материале, отражают мнение авторов, полученных на основании анализа источников на день публикации и подлежат изменению без предупреждения. Исполнитель не несет ответственность за какие-либо убытки или ущерб, возникшие в результате использования любой третьей стороной информации, содержащейся в настоящем отчете, включая опубликованные мнения или заключения, а также за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Информация, представленная в настоящем маркетинговом исследовании, получена из открытых источников (т.е. не является коммерческой тайной), либо предоставлена упомянутыми в отчете компаниями и государственными учреждениями. Дополнительная информация предоставляется по запросу. Данное маркетинговое исследование или любая его часть может распространяться и тиражироваться любыми способами только при обязательной ссылки на Исполнителя.

Тел.: +7 (700)

Email: