

По заказу компании XXXXXXXX

## **ИССЛЕДОВАНИЕ РОССИЙСКОГО РЫНКА ГЛИЦЕРИНА**

Период проведения **июнь-июль 2007**

## Содержание

	Введение	5
	Цель исследования	5
<b>Часть 1</b>	<b>Анализ рынка</b>	
1.1	Краткая информация о состоянии рынка глицерина	7
1.2	Характеристика глицерина	7
1.3	Классификация и свойства глицерина	8
1.4	Технологические схемы получения глицерина	10
1.5	Анализ объемов российского производства глицерина	11
1.6	Импорт и экспорт глицерина	13
1.7	Комплексный анализ цен, спроса и прогноз развития рынка	18
1.8	Основные риски для компаний, занимающихся производством или реализацией глицерина в России	19
1.9	Таблицы сравнения цен	21
<b>Часть 2</b>	<b>Конкурентный анализ</b>	
2.1	Основные производители – ключевые игроки рынка в России	24
2.2	Профили основных игроков рынка	26
2.3	Анализ продвижения в Интернете	36
2.3.1	Статистика запросов по ключевым словам в поисковых системах	36
2.3.2	Контекстная реклама	37
2.3.3	Состояние корпоративных Интернет-ресурсов и выполнение ими основных функций - представительской, рекламной, информационной, торговой и коммуникационной	39
2.3.4	Продвижение в поисковых системах	44
2.3.5	Выводы из анализа продвижения	46
<b>Часть 3</b>	<b>Анализ спроса</b>	
3.1	Области применения глицерина. Основные потребители глицерина	48
3.2	Анализ тендеров, проводимых на глицерин за период янв.2004-июн.2007г.г.	50
<b>Часть 4</b>	<b>Выводы</b>	52

## Приложения (таблицы)

Таблица 1.3а	Физико-химические показатели сырого глицерина	8
Таблица 1.3б	Физико-химические показатели дистиллированного глицерина	9
Таблица 1.3в	Органолептические показатели сырого глицерина	9
Таблица 1.3г	Органолептические показатели дистиллированного глицерина	10
Таблица 1.5а	Индексы производства по основным видам обрабатывающих производств	11
Таблица 1.5б	Производство глицерина и отдельных моющих средств в 2006 году	11
Таблица 1.5в	Динамика производства в России технического глицерина	12
Таблица 1.5г	Индексы производства по основным глицерин потребляющим отраслям промышленности в 1 полугодии 2007 года	12
Таблица 1.5а	Объем ввезенного в Россию глицерина (тонн)	13
Таблица 1.5б	Наиболее активные страны – импортеры глицерина	15
Таблица 1.5в	Структура импортируемого глицерина	17
Таблица 1.5г	Объемы экспорта глицерина в Россию стран СНГ (кг)	17
Таблица 1.5д	Доля стран СНГ в общей структуре экспорта глицерина в Россию (%)	17
Таблица 1.5е	Направления и объемы экспортных поставок глицерина из России (по итогам 2006 года)	18
Таблица 1.8а	Сравнение цен на глицерин дистиллированный основных производителей	21
Таблица 1.8б	Сравнение цен на глицерин дистиллированный основных трейдеров	21
Таблица 1.8в	Сравнение цен на глицерин технический основных трейдеров	22
Таблица 2.2а	Профили основных российских производителей глицерина из Центрального и Северо-Западного ФО	26
Таблица 2.2б	Основные трейдеры и потребители глицерина Центрального ФО	27
Таблица 2.2в	Основные трейдеры и потребители глицерина Северо-Западного ФО	33
Таблица 2.3.1а	Наиболее популярные запросы по тематике масложировой продукции в поисковых системах Yandex и Rambler (по состоянию на июль-август 2007 года)	36
Таблица 2.3.1б	Рекомендуемые для размещения по контекстной рекламе словосочетания	37
Таблица 2.3.2а	Размещение контекстной рекламы Компаниями «Аист», «Химрос», «Биллар» по наиболее популярным запросам	37
Таблица 2.3.2б	Размещение контекстной рекламы компаниями «Солнечные продукты» и «Орловский маслобойный завод» по наиболее популярным запросам	38
Таблица 2.3.3а	Анализ Интернет-ресурсов основных конкурентов	39
Таблица 3.1а	Области применения глицерина	48
Таблица 4а	Объемы потребления импортного глицерина федеральными округами РФ	52
Таблица 4б	Наиболее активные импортеры и их доли в общем объеме импорта глицерина	52

## Приложения (графики и диаграммы)

Схема 1.3а	Классификация глицерина	8
График 1.4а	Динамика выпуска в России глицерина (2005 – 2007 г.г.)	13
График 1.4б	Сезонные пики и спады производства глицерина в России	13
Диаграмма 1.5а	Динамика импорта глицерина в Россию	15
Диаграмма 1.5б	Структура импорта глицерина в 2004 году	16
Диаграмма 1.5в	Структура импорта глицерина в 2005 году	16
Диаграмма 1.5г	Структура импорта глицерина в 2006 году	16
Диаграмма 1.5д	Динамика импорта глицерина из стран СНГ в Россию, тонн	18
Диаграмма 2.1а	Доли основных производителей на российском рынке глицерина	24

## Введение

### Цель исследования

Целью данного исследования является определение состояния и перспектив российского рынка глицерина, подробно рассмотрена активность рынка в Центральном и Северо-Западном ФО России. Для этого были собраны и проанализированы данные о производстве глицерина в России, экспорт и импорт глицерина. В исследовании были рассмотрены как производители, так и основные потребители глицерина, приведена статистика официальных тендеров и закупок глицерина.

При проведении исследования изучались данные из следующих источников:

- из сводок и отчетов Государственного таможенного комитета Российской Федерации (ГТК РФ). Данные из этого источника считались базовыми;
- из сводок и отчетов Госкомстата РФ;
- из пресс-релизов российских производителей

# Часть 1

## Анализ рынка

## 1.1 Краткая информация о состоянии рынка глицерина

В последние годы во всем мире наблюдается тенденция к расширению использования глицерина и его производных во многих приоритетных отраслях науки и техники. Особенно это заметно в экономически развитых странах. Вместе с тем в последние несколько лет ситуация на рынке глицерина развивалась так стремительно, что по состоянию на начало 2007 года в мире уже наблюдался переизбыток данного вещества.

В настоящее время в мире ежегодно потребляется около 500 000 глицерина<sup>1</sup>. В связи с тем, что предложение превышает спрос – цены на него постепенно снижаются. Можно полагать, что именно это обстоятельство и определяет структуру российского рынка глицерина: почти 50% этого вещества производится в России, оставшиеся 50% - импортируются.

Стремительное развитие промышленности дизельного биотоплива в Европе и Америке в последние годы приводит к перепроизводству глицерина, основного побочного продукта производства подобного топлива<sup>2</sup>. В связи с этим производители уже не могут найти рынки сбыта глицерина и вынуждены нести расходы по его хранению.

В настоящее время сотрудники университета Rice University (г. Хьюстон, штат Техас) заняты поиском способов переработки глицерина в более ценные продукты. С этой целью ведутся работы по созданию штаммов микроорганизмов, потребляющих определенные химические вещества и вырабатывающие при этом необходимый продукт. Уже есть первые положительные результаты: ученые установили, что при определенных условиях при помощи широко известного штамма кишечной палочки может осуществляться преобразование глицерина в этанол. Производственные расходы при этом, как ожидается, будут на 40% меньше, чем при производстве этанола из зерна.

Свою долю в переизбыток глицерина вносит и европейская промышленность. Так, до 2010-го года Европейский Союз планирует увеличить производство биотоплива на восемь миллионов тонн в год. Экологическое топливо, 90 процентов мирового потребления которого уже сегодня приходится на Европу, призвано в долгосрочной перспективе заменить продукты переработки нефти. Однако массовый переход на данный вид топлива неожиданно осложняется: побочным продуктом производства одной тонны «биодизеля» является получение ста килограммов глицерина. Таким образом, производство восьми миллионов тонн биотоплива приведет к появлению на европейском рынке 800.000 тонн «лишнего» глицерина. С учетом того, что мировое потребление глицерина в настоящее время существенно ниже этого количества, очевидно, что традиционные производители данного химического вещества понесут убытки и прекратят свою деятельность.

В настоящее время европейские ученые, также как и их коллеги из США, пытаются найти новые области применения глицерина или разработать технологии его переработки в другие химические соединения.

Все это приводит к тому, что рынок глицерина начинает лихорадить. Так в июле 2007 года после сообщений о том, что ведущие американские компании снижают объемы производства глицерина цены на него резко «подскочили».

## 1.2 Характеристика глицерина

Глицерин натуральный сырой (Crude natural glycerine) представляет собой простейший трехатомный спирт: бесцветная, прозрачная, густая, сиропобразная гигроскопическая жидкость, без запаха, сладковатого вкуса, смешивается с водой и спиртом во всех отношениях. Температура плавления глицерина - 17,9 °С, температура кипения - 290 °С. Растворяется в воде и органических растворителях. Температура самовоспламенения - 362 °С.

Химическая формула:  $\text{HOCH}_2\text{CH}(\text{OH})\text{CH}_2\text{OH}$ .

Настоящие стандарты (глицерин технический 88% ГОСТ 6823-2000 и глицерин дистиллированный 99,5% ГОСТ 6824-96) распространяются на натуральный сырой глицерин, изготавливаемый из натуральных растительных масел и жиров. Указанные стандарты устанавливают общие технические условия при их изготовлении, реализации и использовании. Также сырой глицерин применяют в каче-

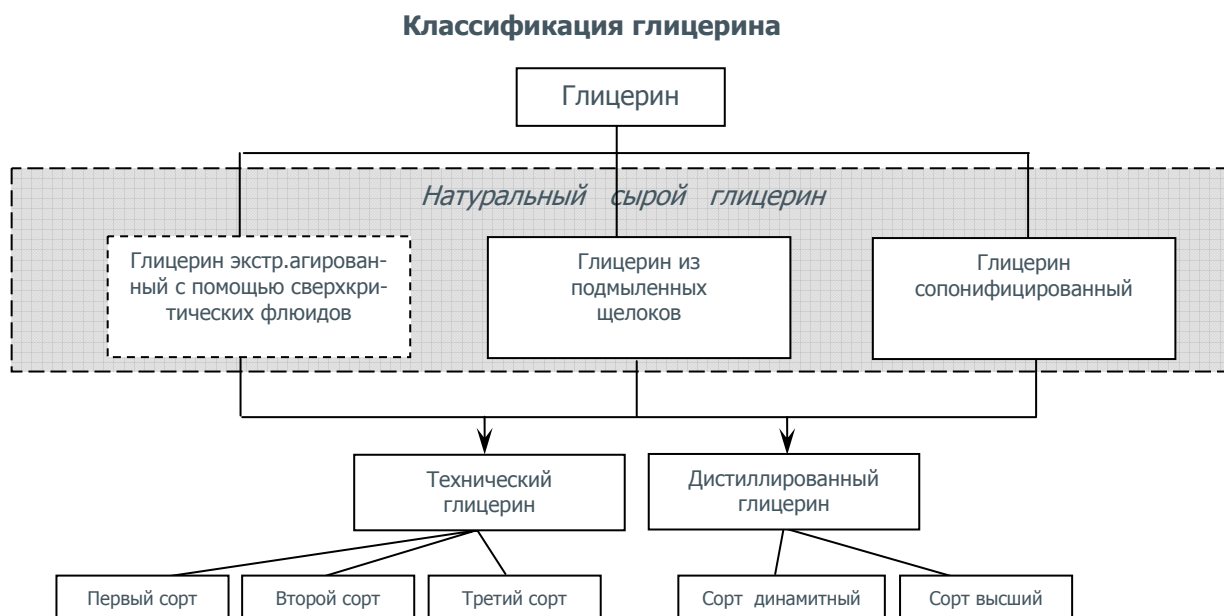
<sup>1</sup> По данным Интернет-ресурса «Евразийский химический рынок»

<sup>2</sup> По данным Интернет-ресурса «Евразийский химический рынок»

стве сырья для получения дистиллированного глицерина других марок и для других технических целей.

### 1.3 Классификация и свойства глицерина

Схема 1.3а



Глицерин подразделяется на две основные группы:

- глицерин технический
- глицерин дистиллированный

Глицерин технический 88 % получается как побочный продукт при производстве мыла хозяйственного. Содержание сырого глицерина 86-88 %. Отечественной промышленностью сырой глицерин, полученный путем безреактивного гидролиза или омылением жиров щелочами, вырабатывается трех сортов: первого, второго и третьего. Физико-химические показатели сырого глицерина и требования к органолептическим показателям более подробно рассмотрены ниже.

Таблица 1.3а

**Физико-химические показатели сырого глицерина**

Показатели	Сорт		
	Первый	Второй	Третий
Массовая доля чистого глицерина, %, не менее	86,0	86,0	78,0
Реакция глицерина, 0,1 моль/ дм <sup>3</sup> раствора HCl или KOH, см <sup>3</sup> , не более	6	6	6
Массовая доля золы, %, не более	0,35	1,8	9,5
Массовая доля нелетучего органического остатка, %, не более	0,85	2,0	4,0
Наличие			
- жирных кислот и смол (качественная проба)	Отсутствие		Следы
- сернистых, сернистоокислых и серноватистоокислых соединений (качественная проба)	Отсутствие		Отсутствие
Поверхностно-активные вещества (ПАВ) в глицерине, поступающем на дистилляцию, 0,1 моль/ дм <sup>3</sup> раствора HCl, см <sup>3</sup> , не более	2,0	5,0	Не нормируется



Таблица 1.36

**Физико-химические показатели дистиллированного глицерина**

Наименование показателя	Характеристики глицерина	
	сорт динамитный	сорт высший
Цветное число, мг. 1/100 см.	5	0
Прозрачность	прозрачный	прозрачный
Запах	отсутствие запаха несвойственного глицерину при нагревании до 100°C	отсутствие запаха несвойственного глицерину при 15-20°C
Относительная плотность при 20°C по отношению к воде такой же температуры	1,2584	1,2481
Плотность при 20°C г/куб. см. не менее	1,255	1,244
Реакция глицерина 0,1 моль/куб. дм. раствор HCL или KOH, куб. см.	1,5	1,5
Массовая доля чистого глицерина, %, не менее	98	94
Массовая доля золы, %, не более	0,14	0,01
Массовая доля нелетучего органического остатка % не более	0,1	0,02
Коэффициент омыления (сложные эфиры) мг. KOH на 1 мг. глицерина не более	0,7	0,65
Акролеин и другие восстанавливающие вещества	отсутствие	отсутствие
Железо	следы	следы
Хлориды	следы	следы
Сернокислые соединения	отсутствие	отсутствие
Углеводы	отсутствие	отсутствие
Сернистые соединения	отсутствие	отсутствие
Серновато-кислые соединения	отсутствие	отсутствие
Сернистокислые соединения	отсутствие	отсутствие
Соли аммония и белковые вещества	отсутствие	отсутствие

Таблица 1.3в

**Органолептические показатели сырого глицерина**

Показатели	Сорт		
	Первый	Второй	Третий
Цвет	От светло - желтого до светло - коричневого		Не темнее коричневого
Прозрачность	Прозрачный, без пены на поверхности		Допускается слабая муть

Согласно требованиям ГОСТ 6824-96 дистиллированный глицерин 99,5% должен соответствовать показателям, приведенным в таблицах 1.36 и 1.3г. Дистиллированный глицерин вырабатывают из сырого глицерина глицериновой воды по технологическому регламенту, утвержденному в установленном порядке и соответствовать утвержденным органолептическим и физико-химическим показателям.

Таблица 1.3г

**Органолептические показатели дистиллированного глицерина**

Наименование показателя	Характеристики глицерина	
	Д-98 (99,5)	Т-88
Цветное число, мг I <sub>2</sub> / 100 см <sup>3</sup> , не более	5 (3)	10
Прозрачность	Прозрачный	Прозрачный
Запах	Отсутствие запаха, не свойственного глицерину, при нагревании до 100 °С	Отсутствие запаха, не свойственного глицерину, при температуре 15-20 °С

В зависимости от назначения дистиллированный глицерин выпускают различных марок, в частности, к примеру: Д-98 – динамитный (98 – процентный), для лакокрасочной и кожевенной промышленности: Т-94, Т-88 – технический, ПК-94 – для фармакопейных целей и др.

#### 1.4 Технологические схемы получения глицерина

В настоящее время натуральный сырой глицерин получают с помощью двух промышленных способов.

а) Первый промышленный способ получения технического глицерина основан на омылении нейтральных жиров гидроксидами с последующим извлечением глицерина из подмыльных щелоков. Этот способ используют во всех странах мира.

б) Второй промышленный способ получения глицерина. При интенсивном перемешивании и давлении нагретые с водой жиры расщепляют на жирные кислоты и глицерин, причем при температуре 175-200 °С процесс длится 10-12 ч. Жирные кислоты при охлаждении всплывают на поверхность глицериновой воды. Этим способом в настоящее время преимущественно получают глицерин в российских предприятиях. Основную долю производимого глицерина составляет продукт, получаемый из природного сырья, несмотря на то, что на выработку 1т глицерина расходуется 10-12т жира. Глицерин дистиллированный получают с помощью перегонки сырого глицерина, выработанного из жиров, или упариванием глицериновой воды, очищенной ионообменными смолами.

Производство глицерина из натурального сырья основано на совместном получении его с жирными кислотами или продуктами восстановления последних – спиртами. Однако потребление их растет менее динамично, чем потребление глицерина. Стоит отметить, что в последние годы в США активно проводятся работы по эффективному производству синтетического глицерина. В химической промышленности широко применяются дистилляционные процессы, в том числе для очистки сырого глицерина, получаемого в результате гидролиза жиров. Недостатком дистилляционного процесса, используемого в процессе очистки гидролизного глицерина, является высокая температура кипения глицерина, при которой происходит разложение глицерина с образованием полиглицеринов и акролеина. К тому же при проведении процесса дистилляции с водяным паром образуются муравьиная и молочная кислоты. Все это препятствует получению глицерина высокой чистоты методом дистилляции.

Альтернативным методом очистки глицерина является очистка ионообменными смолами. При этом глицериновую воду пропускают через систему фильтров, в которых находятся ионообменные смолы. Ионообменный метод очистки глицерина также имеет ряд недостатков, которые препятствуют получению глицерина высокой чистоты. Во-первых, ионообменные смолы (катиониты и аниониты), применяемые в таком процессе, поглощают лишь соответствующие заряженные частицы из пропускаемого через них раствора, не препятствуя прохождению нейтральных частиц (молекул.). Таким образом, необходимым условием очистки глицерина является диссоциация загрязнителей на ионы в глицериновом растворе. Во-вторых, ионообменные смолы требуют периодической регенерации, которая сопровождается снижением их активности, износом и необходимостью замены отработавшей смолы. К тому же период эксплуатации таких смол непредсказуем и зависит от большого количества факторов: при очистке глицерина низкого качества или при нарушении режима эксплуатации активность смол быстро снижается. К недостаткам метода очистки глицерина ионообменными смолами можно отнести необходимость выпаривания воды после очистки, что ведет к дополнительным потерям глицерина, пары которого уходят вместе с парами воды.

Экстракция с помощью сверхкритических флюидов представляет собой новый технологический процесс, основанный на уникальных свойствах растворителей в сверхкритическом состоянии. В основе этой технологии лежит явление аномально высокой растворяющей способности сверхкритических флюидов при температурах и давлениях, близких к критическим. Сверхкритическая технология в последние годы получила широкое распространение в различных отраслях промышленности. Экстракция с помощью сверхкритических флюидов позволяет избежать отмеченные недостатки классических методов очистки сырого глицерина. Так, выбор соответствующего флюида с низкими значениями критических параметров исключает термическое разложение глицерина, а значит и образование сопутствующих этому процессу побочных продуктов. Это позволяет получать глицерин высокой чистоты и значительно снизить энергозатраты. Преимуществом использования сверхкритических флюидов является также и то, что растворяющая способность их проявляет сильную зависимость от температуры и давления, что позволяет небольшим изменением параметров состояния регулировать селективность процесса экстрагирования, а также регенерировать флюид простым снижением одного из параметров до значений ниже критических. В зависимости от метода обработки и степени очистки глицерин различают по сортам.

### 1.5 Анализ объемов российского производства глицерина

Практически все основные отрасли - потребители глицерина по итогам 2006 года увеличили объем выпуска продукции в среднем на 5%:

Таблица 1.5а

#### Индексы производства по основным видам обрабатывающих производств<sup>3</sup>

	2006 г. в % к 2005 г.
<b>Обрабатывающие производства, из них</b>	<b>104,4</b>
производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака	105,4
текстильное и швейное производство	107,3
производство кожи, изделий из кожи и производство обуви	116,7
целлюлозно-бумажное производство; издательская и полиграфическая деятельность	106,4
производство резиновых и пластмассовых изделий	111,7
производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования	94,5

Казалось бы, объемы производства глицерина также должны продемонстрировать как минимум пятипроцентный рост, однако вместо этого производство по сравнению с 2005 годом снизилось на 17,4%:

Таблица 1.5б

#### Производство глицерина и отдельных моющих средств в 2006 году

	2006г.	в % к 2005 г.
глицерин технический (т)	6 398,0	82,6
мыло хозяйственное (т)	135,0	94,2
мыло туалетное (т)	88,5	100,4
средства моющие (т)	838,0	109,9

Дефицит продукции возмещался динамично увеличивающимся импортом.

<sup>3</sup> По данным Федеральной службы государственной статистики

Таким образом, по итогам 2006 года, объем производства технического глицерина российскими компаниями составил 6 398 тонн.

В первом квартале 2007 года произошло значительное увеличение объемов производства глицерина, однако второй квартал охарактеризовался существенным уменьшением объемов производства (почти на 20% по сравнению с аналогичным показателем 2005 года, и на 9% по сравнению со вторым кварталом 2006 года).

Таблица 1.5в

**Динамика производства в России технического глицерина**

№ пп	месяц	2007 год	2006 год	2005 год
1	январь			
2	февраль			
3	март			
4	апрель			
5	май			
6	июнь			
7	июль			
8	август			
9	сентябрь			
10	октябрь			
11	ноябрь			
12	декабрь			
	за г			

**Данные не предназначены  
для открытой публикации**

Причем снижение объемов производства глицерина происходило на фоне продолжающегося увеличения выпуска продукции основными глицерин потребляющими отраслями промышленности:

Таблица 1.5г

**Индексы производства по основным глицерин потребляющим отраслям промышленности в 1 полугодии 2007 года**

	01.2007/ 01.2006	02.2007/ 02.2006	03.2007/ 03.2006	04.2007/ 04.2006	05.2007/ 05.2006	06.2007/ 06.2006
производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака	124,6	111,4	108,0	109,6	109,2	106,9
текстильное и швейное производство	116,8	107,3	109,5	108,6	103,6	96,2
производство кожи, изделий из кожи и производство обуви	133,8	107,7	117,4	112,2	105,5	113,3
целлюлозно-бумажное производство; издательская и полиграфическая деятельность	114,2	110,5	108,4	106,8	105,3	108,5
производство резиновых и пластмассовых изделий	127,6	124,0	121,9	122,7	124,0	118,7
производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования	125,1	129,6	111,6	92,8	117,6	148,5

График 1.4а  
Динамика выпуска в России глицерина  
(2005 – 2007 г.г.)



Если внимательно проанализировать динамику производства глицерина в России, то становится очевидной сезонность производства данного продукта:

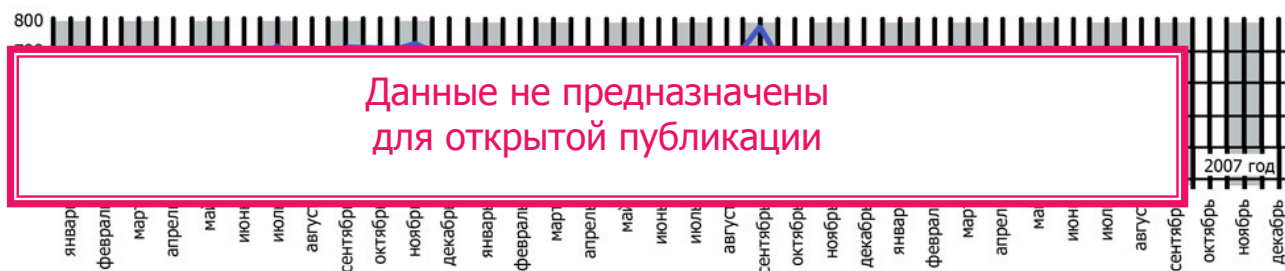


дит активный  
роизводства и  
тся практиче-  
оля на рынке  
ствие: объемы  
отклонениями  
тся активный  
ый заканчива-  
туация вновь  
января объем  
ва раза) сни-  
о с 40%-ным  
о сравнению с

Наиболее отчетливо это видно на графике:

График 1.4б

Сезонные пики и спады производства глицерина в России



## 1.6 Импорт и экспорт глицерина<sup>4</sup>

### Оценка импорта

Объемы импорта глицерина в Россию последние годы стремительно увеличиваются:

<sup>4</sup> Импорт глицерина за 2006 год подробно рассмотрен в прилагавом к отчету файле Excel «Импорт глицерина 2006»

**Объем ввезенного в Россию глицерина (тонн)<sup>5</sup>**

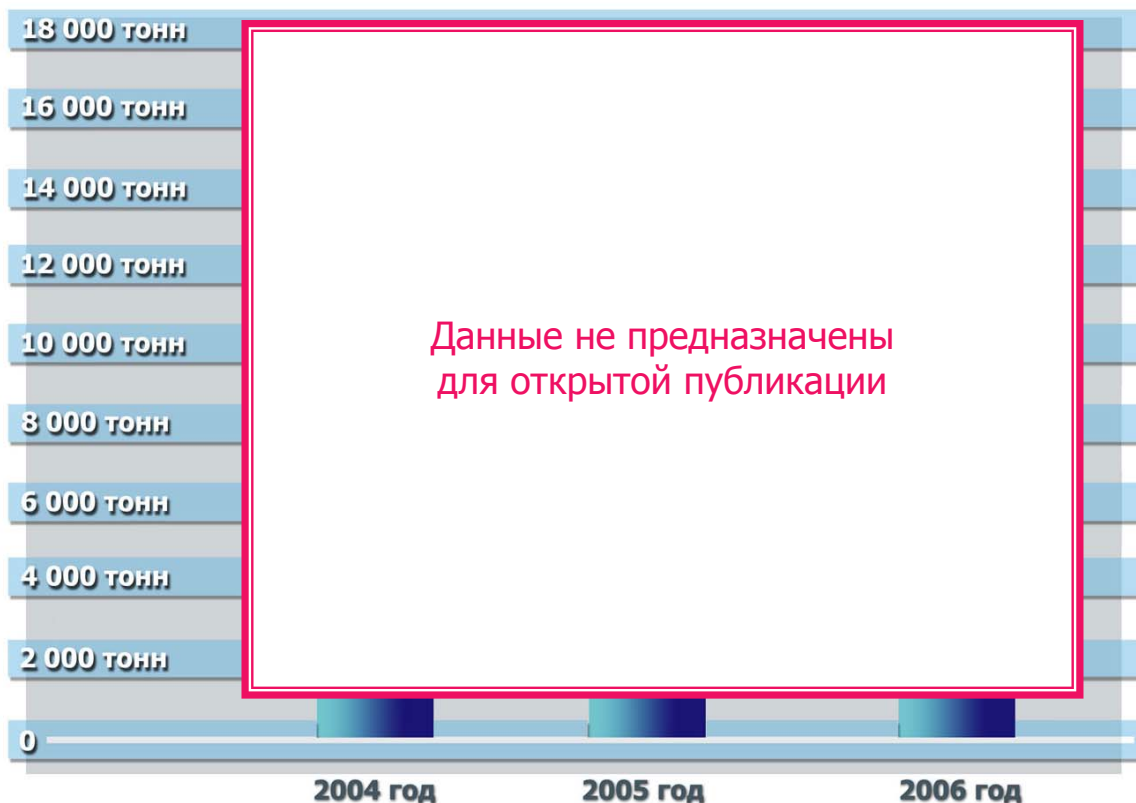
Страна-поставщик	2004 год	2005 год	2006 год
Австрия			
Белиз			
Бельгия			
Великобритания			
Венгрия			
Виргинские острова			
Германия			
Дания			
Доминики			
Израиль			
Индия			
Испания			
Италия			
Казахстан			
Канада			
Кипр			
Китай			
Латвия			
Литва			
Малайзия			
Нидерланды			
Новая Зеландия			
Панама			
Польша			
Сейшельские острова			
Словения			
США			
Турция			
Узбекистан			
Украина			
Финляндия			
Франция			
Чехия			
Швеция			
Ит			

Данные не предназначены  
для открытой публикации

<sup>5</sup> По данным ГТК РФ

Диаграмма 1.5а

**Динамика импорта глицерина в Россию**



Наиболее активными импортерами являются следующие страны:

Таблица 1.56

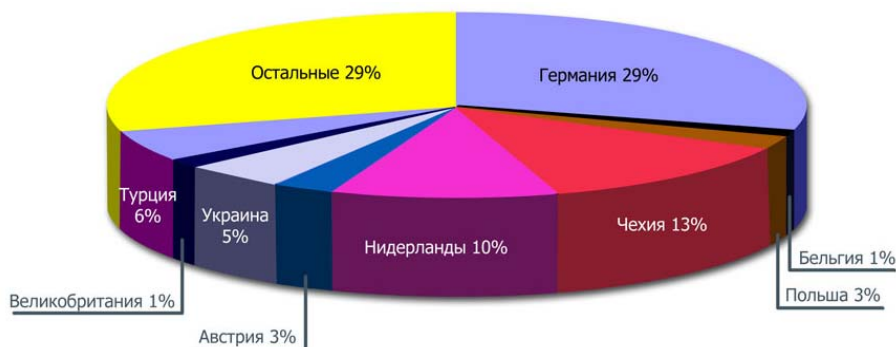
**Наиболее активные страны – импортеры глицерина**

Страна-поставщик	Доля в общем объеме импорта, (%)		
	2004 год	2005 год	2006 год
Германия	28,1	42,6	22,7
Бельгия			
Польша			
Италия			
Чехия			
Нидерланды			
Австрия			
Украина			
Великобритания			
Турция	2,5	2,5	2,5

Данные не предназначены для открытой публикации

Диаграмма 1.5б

**Структура импорта глицерина в 2004 году**



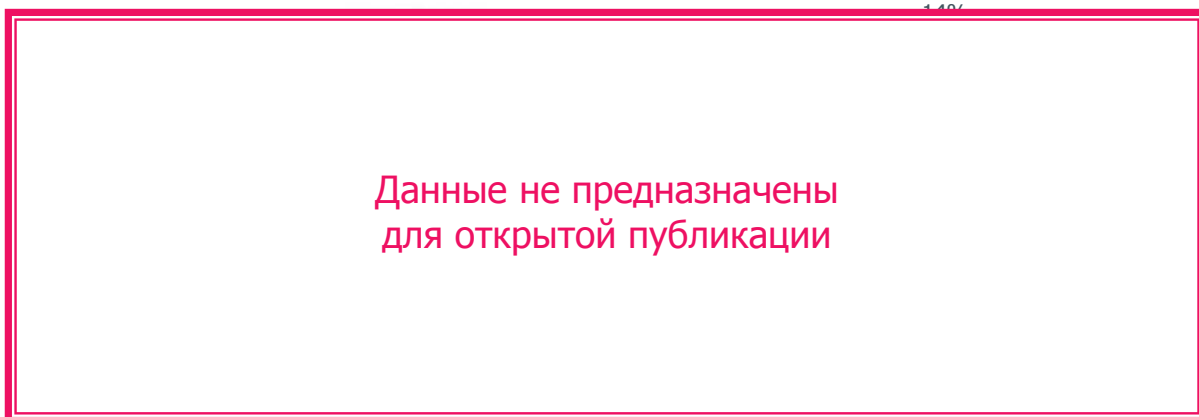
**2004 год**

Можно заметить, что в 2004 году основная доля ввезенного в Россию глицерина пришлась на три страны: Германию, Чехию и Нидерланды.

Доли Турции и Украины были примерно одинаковыми.

Диаграмма 1.5в

**Структура импорта глицерина в 2005 году**



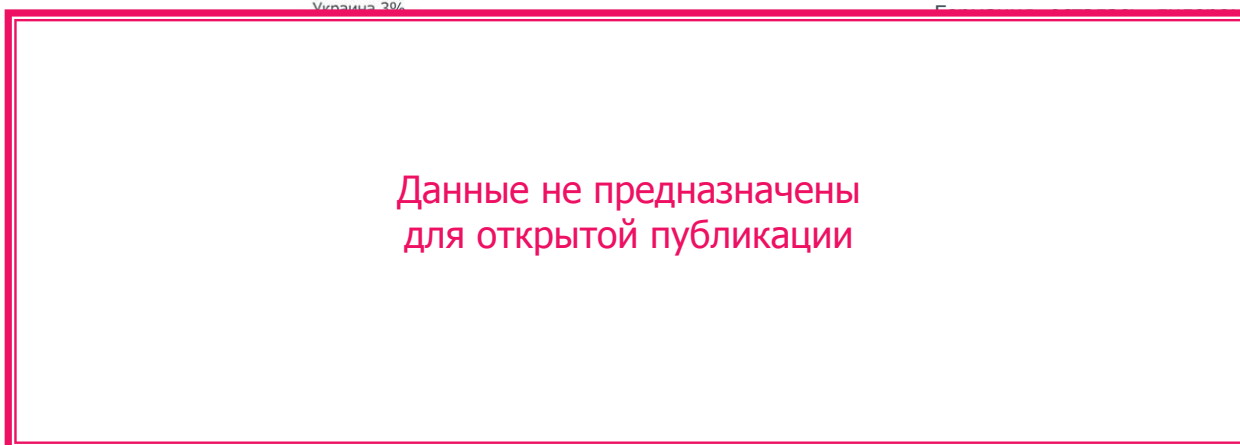
**2005 год**

В 2005 году ситуация с импортом глицерина немного изменилась:

- доля Германии увеличилась на 14%

Диаграмма 1.5г

**Структура импорта глицерина в 2006 году**



**2006 год**

В этом году метаморфозы структуры импорта глицерина продолжались. Не смотря на то, что



В структуре ввозимого в Россию глицерина преобладает рафинированное и дистиллированное вещество. Так, по итогам 2006 года было ввезено:

Таблица 1.5в

**Структура импортируемого глицерина**

Страна-поставщик	Доля в общем объеме импорта	
	кг	%
Глицерин сырой	<b>Данные не предназначены для открытой публикации</b>	
Глицерин дистиллированный (рафинированный, фармакопейный)		

Перечень стран СНГ, экспортирующих в Россию глицерин, последние годы существенно не менялся, чего нельзя сказать об объемах экспорта и, соответственно, о доле в общей структуре ввозимого глицерина:

Таблица 1.5г

**Объемы экспорта глицерина в Россию стран СНГ (кг)**

Страна-поставщик	2004 год	2005 год	2006 год
Казахстан	<b>Данные не предназначены для открытой публикации</b>		
Латвия			
Литва			
Узбекистан			
Украина			

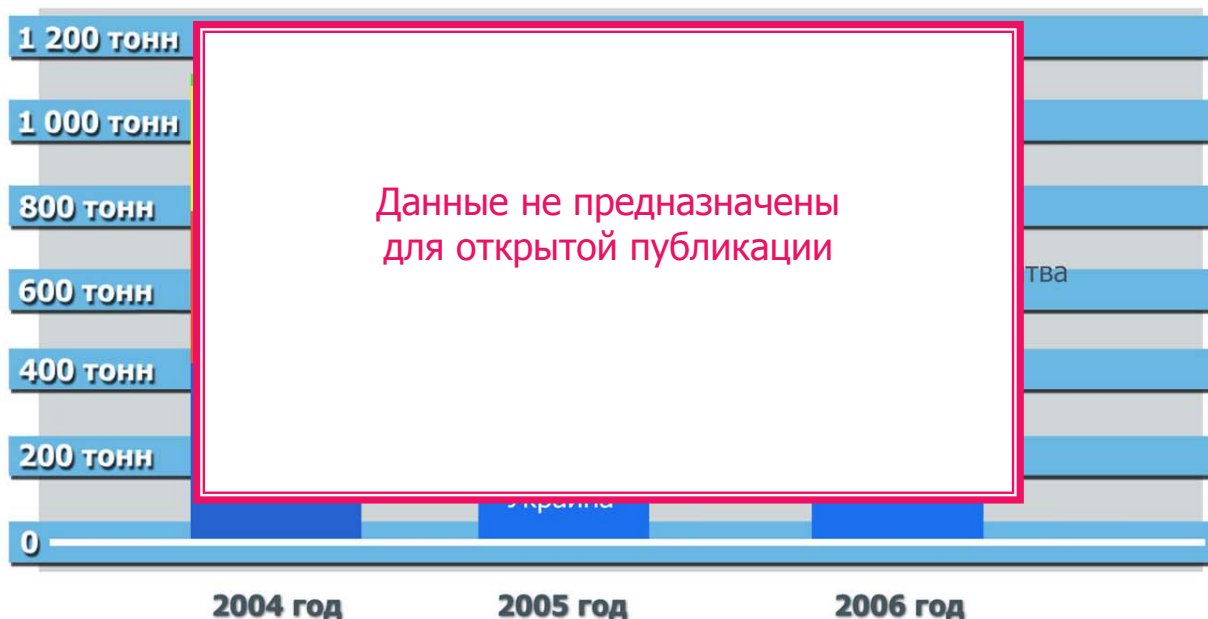
Таблица 1.5д

**Доля стран СНГ в общей структуре экспорта глицерина в Россию (%)**

Страна-поставщик	2004 год		2005 год		2006 год	
	с учетом других стран	без учета других стран	с учетом других стран	без учета других стран	с учетом других стран	без учета других стран
Казахстан	<b>Данные не предназначены для открытой публикации</b>					
Латвия						
Литва						
Узбекистан						
Украина						
<b>Итого:</b>						

Диаграмма 1.5д

**Динамика импорта глицерина из стран СНГ в Россию, тонн**



**Оценка экспорта**

Экспортные операции за весь рассматриваемый период осуществлялись очень неактивно. Российская продукция отправляется только в страны СНГ. Основной объем экспортных поставок приходится на Казахстан. К примеру, в 2006 году на экспорт было направлено почти 180 тонн. В основном поставки осуществлялись в Казахстан – почти 157 тонн. Примечательно, что за этот же год из Казахстана в Россию поступило глицерина немногим меньше – 140 тонн.

Таблица 1.5е

**Направления и объемы экспортных поставок глицерина из России (по итогам 2006 года)**

Страна-покупатель	Вес, тонн	Доля, %
Казахстан	~157	~88
Киргизия	~10	~6
Узбекистан	~10	~6
Украина	~10	~6
Эстония	~10	~6

**1.7 Комплексный анализ цен, спроса и прогноз развития рынка**

Как уже указывалось ранее, мировой рынок в настоящее время испытывает избыточное предложение глицерина.

Ситуация на российском рынке до начала 2007 года несколько отличалась от мировых тенденций. Производство хоть и немного «лихорадило», но в общем ситуация оставалась достаточно стабильной. Серьезные изменения начали происходить во втором квартале 2007 года, когда во время сезонного весеннего спада объемы выработки данного вещества снизились так, как не снижались за последние несколько лет<sup>6</sup>. Если российский рынок повторяет мировую модель развития, то отечественные производители могут столкнуться с проблемой увеличения объемов импорта относительно дешевого американского и европейского глицерина. Также следует учитывать то, что в СМИ уже дос-

<sup>6</sup> Подробнее – в разделе 1.5 «Анализ объемов российского производства глицерина»

таточно продолжительное время появляются сообщения о том, что российские ученые уже сейчас уделяют активное внимание вопросам разработки собственных технологий производства биотоплива. Как только этот процесс начнет приобретать промышленные масштабы, на отечественном рынке также начнет появляться «лишний» глицерин.

Поэтому многие российские научные школы и промышленные предприятия проявляют повышенный интерес к проблеме разработки новых высокотехнологичных и экономичных методов синтеза и расширения масштабов потребления глицерина, что в сегодняшней ситуации может гарантировать получение дополнительной прибыли.

Одними из основных российских производителей глицерина в настоящее время являются ОАО «Нэфис Косметикс» и его производ...

Как уже отмечалось дос- таточно стабильно...

- оп...
- ос...
- го...
- ру...
- ОА...
- НД...
- вт...
- ти...
- 44...
- ОА...
- от...

В 2007 году отечественного продукта 2007 года уср...

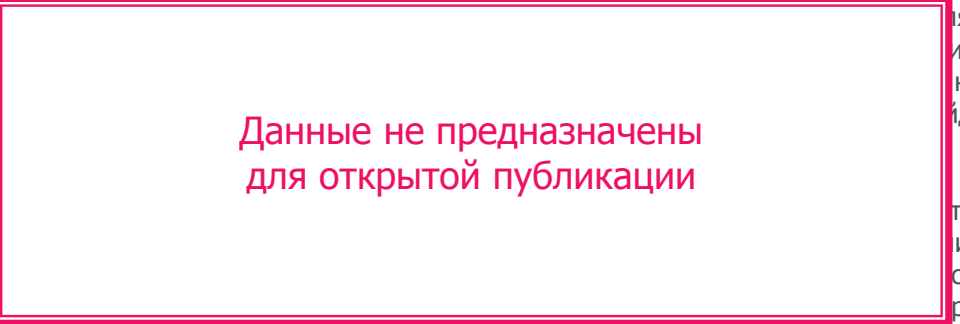
- гл...
- гл...
- гл...

Можно предположить дальнейшее снижение цен на сырьевые материалы, что приведет к снижению себестоимости продукции. В то же время, в связи с тем, что на конъюнктуру российского рынка глицерина будет влиять рост производства и потребления синтетического глицерина.

### 1.8 Основные риски для компаний, занимающихся производством или реализацией глицерина в России

**Инфляция.** Инфляция – опережение роста затрат над ростом цен на товары компании. Сохранение инфляции в России на прежнем уровне, или же увеличение ее темпов, может привести к снижению окупаемости инвестиций трейдеров. В условиях высокой инфляционной динамики опасного для компаний глицерина.

**Платежи.** В связи с тем, что в настоящее время импорт глицерина осуществляется преимущественно из США, то в случае введения пошлин на импорт глицерина из США, это приведет к прекращению импорта. Следовательно, для компаний, занимающихся производством глицерина.



**Обострение конкуренции.** Появление на российском рынке новых производителей глицерина в ближайшие годы может привести к обострению конкуренции. При этом российские производители глицерина в ближайшие годы могут столкнуться с обострением конкуренции. При этом российские производители глицерина в ближайшие годы могут столкнуться с обострением конкуренции. При этом российские производители глицерина в ближайшие годы могут столкнуться с обострением конкуренции.

**Соблюдение требований.** Российские производители глицерина в ближайшие годы могут столкнуться с обострением конкуренции. При этом российские производители глицерина в ближайшие годы могут столкнуться с обострением конкуренции. При этом российские производители глицерина в ближайшие годы могут столкнуться с обострением конкуренции.

**Изменение тарифов.** Согласно плану Минэкономразвития России, в ближайшие годы может быть достигнута цель по снижению импортных тарифов на глицерин. Это может негативно отразиться на российских производителях глицерина.

**Риск изменения структуры спроса.** Данная ситуация в сегменте производителей глицерина может привести к изменению структуры спроса. В ближайшие годы может быть достигнуто увеличение производства глицерина. Для этого необходимо обеспечить логичную структуру производства глицерина.

**Риск изменения структуры спроса.** Снижение спроса на глицерин может негативно сказаться на российском рынке глицерина. Для этого необходимо обеспечить регулирование структуры спроса на глицерин. Другими факторами, влияющими на структуру спроса на глицерин, являются отказ от использования глицерина в качестве сырья для производства глицерина.

**Стратегия развития.** Реализация стратегии развития глицерина в ближайшие годы может быть достигнута. Для этого необходимо обеспечить деятельность компаний, связанных с глицерином, также с политическими и экономическими рисками государства.

Данные не предназначены  
для открытой публикации

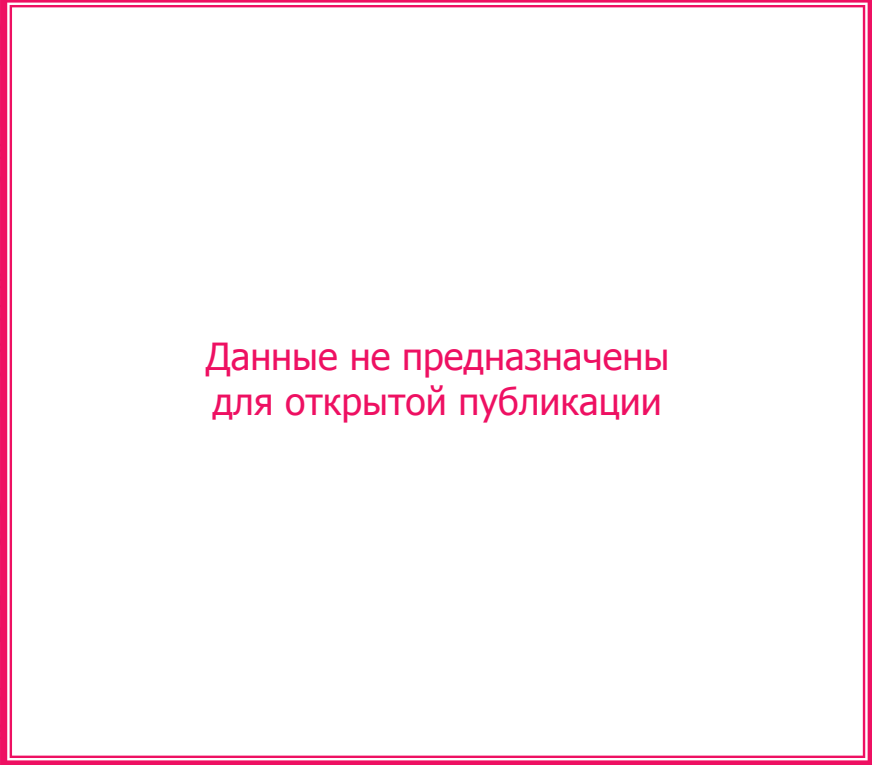
<sup>7</sup> «Концепция долгосрочного социально – экономического развития до 2020» года

Несмотря на то, что в последние 4 – 5 лет в Российской Федерации происходили позитивные изменения во всех общественных сферах - уверенно росла экономика, достигнута политическая стабильность, проводится проводимая реформа, что способствует развитию экономики. Экономика представляет собой развивающуюся государственную рыночную систему. В этой связи:

- 1) Политические изменения как внутренних так и внешних.
- 2) Экономические изменения потребительский спрос компаний.
- 3) Физические изменения, что может привести к тому, что пострадали железные дороги, также фонд зданий.
- 4) Колебания цен на сырьевые материалы.

**Рост закупок**

В результате данного фактора произошло повышение цен на готовую продукцию. Минимизировать влияние данных факторов, полученных в результате управления своей деятельностью, цены на выпускаемую продукцию.



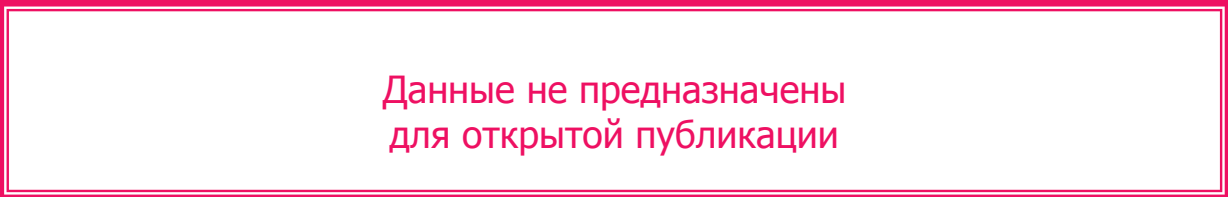
Существуют и другие риски, но их можно оценить как незначительные или характерные для любой хозяйственной деятельности и, в частности, для производственной деятельности в России.

**1.9 Таблицы сравнения цен<sup>8</sup>**

Таблица 1.8a

**Сравнение цен на глицерин дистиллированный основных производителей<sup>9</sup>**

	дистиллированный	технический
Московский жировой комбинат		
Мьянма		
Колумбия		
ООО		



<sup>8</sup> От компаний «Аркона» и «Глицерин-Н» получены прайс-листы, находящиеся в прилагаемой к отчету папке «Прайс-листы». От компании «ПК Свобода» получена записка в свободной форме. От других компаний данные получены по телефону.

<sup>9</sup> Все цены указаны с учетом НДС

Таблица 1.86

**Сравнение цен на глицерин дистиллированный  
основных трейдеров**

	Д-98	ПК-94	Другое
ЗАО	Данные не предназначены для открытой публикации		
Эль (Мо			
ООО (Мо			
ООО (Мо			
«Ба вов			
«Ин (С.-			

Таблица 1.8в

**Сравнение цен на глицерин технический  
основных трейдеров**

Компания	Стоимость	
ООО	Данные не предназначены для открытой публикации	
Эль Г (Мос		
ООО (С.-П		
глиц пред от др		
изво НО Н		

Цены на технический глицерин изменяются в диапазоне от 37 до 40 руб./кг (в среднем – 38,6 руб./кг).

# Часть 2

## Анализ конкурентов

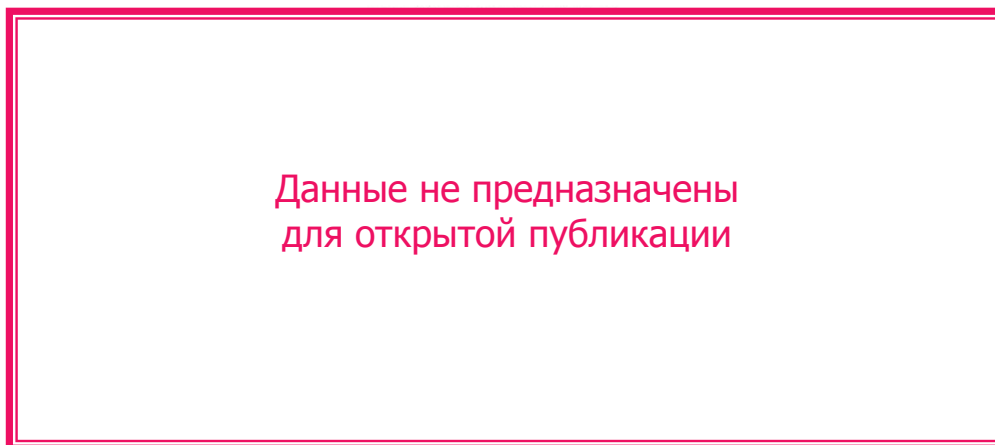
## 2.1 Основные производители – ключевые игроки рынка в России

Самыми крупными российскими промышленными предприятиями-производителями глицерина и жиров в России являются ОАО «Нэфис Косметикс» (г. Казань), ЗАО «Каустик» (г. Стерлитамак), ЗАО «Рабочий» (г. Ростов-на-Дону), ОАО «Нижекамскнефтехим», ОАО «Синтез» (г. Дзержинск).

На долю ОАО «Нэфис Косметикс» и ЗАО «Каустик» приходится около 80% от общего количества производимого в России глицерина.

Диаграмма 2.1a

### Доли основных производителей на российском рынке глицерина



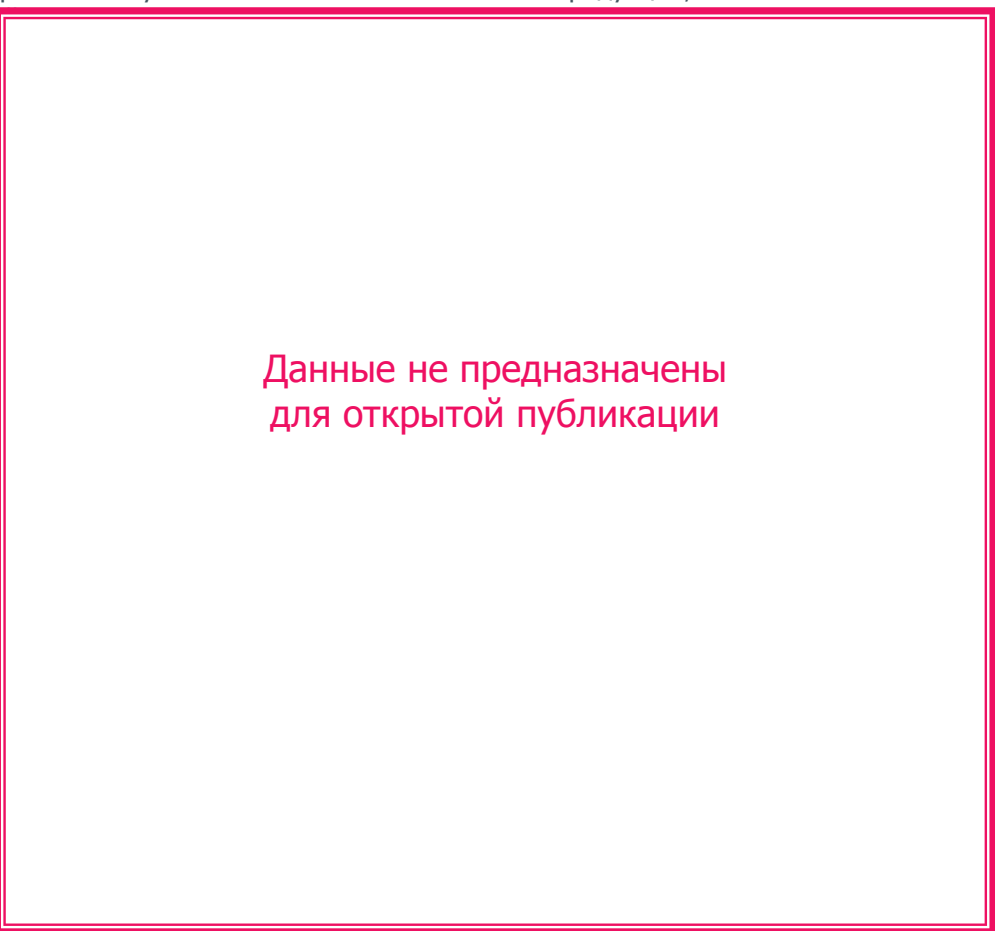
ЗАО «Каустик» – крупнейшее российское предприятие по производству химической продукции – является лидером по производству сырого и синтетического глицерина. На сегодняшний день предприятие выпускает более 120 наименований продукции, поставляемой более чем тысяче предприятий. ЗАО «Каустик» является одним из крупнейших производителей глицерина в мире.

ОАО «Нэфис Косметикс» является крупнейшей косметической компанией в России. В составной части производства глицерина компания занимает лидирующие позиции за два десятилетия.

Основными производителями глицерина в России являются ОАО «Нэфис Косметикс» (г. Казань), ЗАО «Каустик» (г. Стерлитамак), ЗАО «Рабочий» (г. Ростов-на-Дону), ОАО «Нижекамскнефтехим» (г. Дзержинск), ОАО «Синтез» (г. Дзержинск).

К характерным особенностям рынка глицерина в России можно отнести стремление к модернизации производственных мощностей. Для достижения этих целей крупные предприятия активно инвестируют в новые технологии. Крупные компании в области производства глицерина и жиров имеют собственные установки для очистки, что позволяет им конкурировать с мировыми лидерами.

Лидерами на российском рынке глицерина являются ЗАО «Каустик» и ОАО «Нэфис Косметикс».



«Каустик» является одним из крупнейших производителей глицерина в мире.

ОАО «Нэфис Косметикс» (nefco.ru) является крупнейшей косметической компанией в России. В составной части производства глицерина компания занимает лидирующие позиции за два десятилетия.

Основными производителями глицерина в России являются ОАО «Нэфис Косметикс» (г. Казань), ЗАО «Каустик» (г. Стерлитамак), ЗАО «Рабочий» (г. Ростов-на-Дону), ОАО «Нижекамскнефтехим» (г. Дзержинск), ОАО «Синтез» (г. Дзержинск).

К характерным особенностям рынка глицерина в России можно отнести стремление к модернизации производственных мощностей. Для достижения этих целей крупные предприятия активно инвестируют в новые технологии. Крупные компании в области производства глицерина и жиров имеют собственные установки для очистки, что позволяет им конкурировать с мировыми лидерами.

Лидерами на российском рынке глицерина являются ЗАО «Каустик» и ОАО «Нэфис Косметикс».



тия в рамках различных планов модернизации оборудования, расширения производственных мощностей и повышения экологической безопасности производства. Важное место в стратегии развития компании должны стать основными направлениями. Стратегическое направление развития компании должно быть связано с производством глицерина.

В и  
внимание  
мь к д  
время реа

Осн  
продукци

Сит  
Западном

По  
щих глиц

К на  
спирт:

к» особое  
ами. Стре  
настоящее

зу готовой

и Северо-

производя-

ие данный

**Данные не предназначены  
для открытой публикации**

Тен  
меру, оди  
перешел  
обретает  
ляющиеся

До  
лялся ООО  
собственн  
уже указ  
понятны

В н  
более 5-7

Кол  
бильным.  
подобных

Пер  
компаний

сь. К при  
уже давно  
ин не при  
ески появ  
дов.

дерина яв  
щество для  
время, как  
Не совсем  
бирска.

авляет не

мерно ста  
менее 200

оссийские  
ть различ

ные маркетинговые акции для активизации сбыта. Наиболее массовой из них является предоставление значительных скидок в зависимости от объема закупаемой продукции. Особое внимание уделяется вопросам логистики для быстрой отгрузки необходимой продукции.

**2.2 Профили основных игроков рынка<sup>10</sup>**

Таблица 2.2а

**Профили основных российских производителей глицерина  
 Из Центрального и Северо-Западного ФО**

№	Компания	Профиль
1	ОА Св 129 Тел <a href="#">mo</a> <a href="#">ww</a>	ство. одст- о и 5 мети- нней. 300 ению ожей рта, ного объе- овое рно- тлии, д, и , так
	ОА на 109 пре тел Фа In htt	нные сков- вы- щее иче- ер и зоси-
	ОО Рос пре +7 +7 Рег Рос +7	авод опу- ное), одит ерин дрон,
	ОО 199 8 Тел che <a href="#">htt</a>	инга кос- вод- стил- ются роса лько
		дистиллированный глицерин.

Данные не предназначены  
для открытой публикации

Далее справочно приведены данные по другим российским производителям и потребителям глицерина, расположенным в Центральном и Северо-Западном федеральных округах.

<sup>10</sup> По просьбе заказчика, в данной таблице рассмотрены только основные производители глицерина из Центрального и Северо-западного федеральных округов

Таблица 2.26

**Основные трейдеры и потребители глицерина Центрального ФО**

№ п\п	Наименование предприятия	Город	Адрес	Тел.
1	ООО «Здоровое поколение»	Брянск	ул. К. Маркса, д. 50	7 (4832) 262592
2	ООО			0931
3	ООО			0925
4	ООО			7640
5	ООО			1423
6	ООО			4042
7	ООО ма			0517
8	ООО			7254
9	ООО			6070
10	ООО			0650
11	ООО			5512
12	ООО			2433
13	ООО			2805
14	ООО			3370
15	ООО			9001
16	ООО			9040
17	ООО			0362
18	ООО			0070
19	ООО			6457
20	ООО			6037
				0049

Данные не предназначены  
для открытой публикации

№ п\п	Наименование предприятия	Город	Адрес	Тел.
21	ООО «Восток»			4777
22	ООО «Восток»			0613
23	ООО «Восток»			1569
24	ООО «Восток»			3965
25	ООО «Восток»			4346
26	ООО «Восток»			2381
27	ООО «Восток»			0913
28	ЗАО «Восток»			7832
29	ООО «Восток»			0176
30	ООО «Восток»			5090
31	ООО «Восток»			8594
32	ООО «Восток»			5566
33	ООО «Восток»			6039
34	ООО «Восток»			2032
35	ООО «Восток»			5888
36	ООО «Восток»			6834
37	ООО «Восток»			1939
38	ЗАО «Восток»			8108 8099
39	ООО «Восток»			1281
40	ЗАО «Восток»			0817
41	ООО «Восток»			7931
42	ЗАО «Орион»	Московская обл., г. Химки	141100, ул. Генина, д. 6, Корп. 25	17 (495) 7710466

Данные не предназначены  
для открытой публикации

№ п\п	Наименование предприятия	Город	Адрес	Тел.
43	ООО «Посылом»			47
44	ООО «			54
45	ООО «КОВСК»			22 25
46	ОАО «			39
47	ООО «приятн			76
48	ООО «			50
49	ООО «			77
50	ООО «			03
51	ООО «			28
52	ООО «			36
53	ООО «			92
54	ООО «			96
55	ООО «виса Д			92
56	ООО «			85
57	ООО «			69 38
58	ООО «			55
59	ООО «			18
60	ЗАО «			75
61	ООО «			29
62	ООО «фирма			71
63	ООО «			69 326080

Данные не предназначены  
для открытой публикации

№ п\п	Наименование предприятия	Город	Адрес	Тел.
64	ООО «Производственно-коммерческая фирма»			600
65	ООО фармнансронм			784
66	ЗАО			610
67	ООО			967
68	ЗАО			411
69	ООО			807
70	ООО			264
71	ООО			055
72	ЗАО			881
73	ООО			501
74	ООО			927
75	ЗАО Асеп			795
76	ООО пани			197
77	ПК «Авто			377
78	ООО фирм			621
79	ЗАО пред			277
80	ЗАО прия			847
81	ООО			207
82	ООО			879
83	ОАО совых изделий»	Московская обл., г. Воскресенск	140200, ул. Советская, д 2	+7 (49644) 20208

Данные не предназначены  
для открытой публикации

№ п\п	Наименование предприятия	Город	Адрес	Тел.
84	ООО «Фирма ДОНСД-1»			22
85	ЗА			93
86	ОО			65 92
87	ОА ми			63
88	ОО			69
89	ОО			99
90	ОО			15
91	ОО			48
92	ОО			09
93	ЗА			75
94	ОО			09
95	ОО			42
96	ОО			71
97	ЗА ед			15
98	ОО			56
99	ОО			67
100	ЗА			42
101	ОО			91
102	ОО			23
103	ОА			92
104	ОО	вая	000000, Краснодарский кр.	22

Данные не предназначены  
для открытой публикации

№ п\п	Наименование предприятия	Город	Адрес	Тел.
105	АО			39
106	ОА			2-01
107	ОО Аг			27
108	ОО ми			81
109	ОО			13 21
110	ОО			62
111	ЗА			00
112	ОО			94
113	ОО			03
114	ОО			01
115	ЗА			89 53
116	ЗА			96
117	ОО			48
118	ОО			76
119	ОО			88 79
120	ОО			00
121	ОО			15
122	ООО «Предприятие химик-ЯВКСМ»	Ярославская область, г. Ярославль	150025, а/я 378	+7 (4852) 496741

Данные не предназначены  
для открытой публикации



Таблица 2.2в

**Основные трейдеры и потребители глицерина Северо-Западного ФО**

№ п\п	Наименование предприятия	Город	Адрес	Тел.
1	ООО «В.С.В.»			596
2	ООО			2240
3	ООО			843
4	ООО			7838
5	ООО			4352
6	ООО			423
7	ООО			5395
8	ООО			063
9	ООО			9870
10	ЗАО			5485 8440
11	ООО			851
12	ООО			9115
13	ООО			6859
14	ООО			7639
15	ООО			5046
16	ЗАО			2127
17	ООО			0955
18	ООО			9145
19	ООО			2152
20	ООО «Этидель»	Санкт-Петербург	197105, пер. Карельский, 5	7 (812) 5200101

Данные не предназначены  
для открытой публикации

№ п\п	Наименование предприятия	Город	Адрес	Тел.
21	ООО			530
22	ООО			583
23	ООО			889
24	ООО			515
25	ЗАО			103
26	ЗАО			538
27	ООО			142
28	ООО			804
29	ООО			897
30	ООО			562
31	ООО			250
32	ООО дине			210
33	ЗАО			805
34	ООО			039
35	ЗАО			238
36	ООО			433
37	ООО			726
38	ООО			811
39	ООО			889
40	ООО			807
41	ООО			809
42	ООО «Химитек»	Санкт-Петербург	199004, просп. Большой, 51	17 (812) 5251829

Данные не предназначены  
для открытой публикации

№ п\п	Наименование предприятия	Город	Адрес	Тел.
43	ЗАО «Химпромпроект»			559
44	ОО			142
45	ОО			931
46	ОО			337
47	ОО			931

Данные не предназначены  
для открытой публикации

## 2.3 Анализ продвижения в Интернете

Сбыт продукции – одно из необходимых условий для успешного существования любой торговой организации. Поэтому компании уделяют большое внимание своей маркетинговой деятельности. Очевидно, что в сегодняшней атмосфере постоянно усиливающейся конкуренции, вопросы сбыта продукции и рационального использования инструментов, гарантированно его обеспечивающих, выходят по значимости на первое место.

Существует значительное количество способов увеличения продаж, привлечения новых клиентов, расширения рынков сбыта. В настоящее время одним из основных способов становится активное и широкое задействование возможностей сети Интернет. Разнообразные Интернет-ресурсы (поисковые системы, отраслевые порталы, контекстная реклама, и т.д.) все чаще выбираются как самые доступные и (что не менее важно) гарантирующие широкий охват потенциальной аудитории инструменты.

Целью проведения данного анализа является рассмотрение в основном наиболее активных игроков рынка, методов, которые они используют при продвижении своей продукции и брендов, а также краткая оценка эффективности проводимых ими мероприятий.

Анализ будет проводиться последовательно, для чего будут рассмотрены:

- перечень наиболее популярных запросов по тематике масложировой продукции (пищевого и непищевого назначения) в поисковых системах Yandex и Rambler глицерина наиболее популярных запросов для проведения контекстной рекламы
- состояние корпоративных Интернет-ресурсов и выполнение ими основных функций – представительской, рекламной, информационной, торговой и коммуникативной
- интенсивность размещения информации о компаниях в поисковых системах

Исходными данными для работы будут являться следующие параметры:

- предмет исследования – **глицерин**
- исследуемый тип организаций – **производители**
- исследуемый регион – **Северо-запад, Центральный, Москва**

В ходе исследования будут рассмотрены следующие организации: Холдинг «Солнечные продукты», ООО «Мыловаренный завод», ОАО «Косметическое объединение Свобода», Орловский маслостойный завод, ЗАО «Невская косметика», ООО «Ленинградская химическая компания», Волховский химический завод, ЗАО «Аист», ООО «Химрос», ЗАО «Биллар».

### 2.3.1 Статистика запросов по ключевым словам в поисковых системах<sup>11</sup>

Таблица 2.3.1a

#### Наиболее популярные запросы по тематике масложировой продукции в поисковых системах Yandex и Rambler (по состоянию на июль-август 2007 года)

Запрашиваемая продукция или услуги	Yandex	Rambler
жир	17 441	5 256
бытовая химия	8 053	6 383
майонез	7 049	1 914
масло оливковое	4 362	2 861
подсолнечное масло	3 371	2 405
моющие средства	3 531	4 145
глицерин	3 049	1 708
масло сливочное	2 595	1 711

<sup>11</sup> Обращаем Ваше внимание на то, что в данном исследовании учитывались рекламные кампании, которые проводились в период проведения исследования

Запрашиваемая продукция или услуги	Yandex	Rambler
стиральный порошок	2 479	1 465
масложировая	1 046	796
маргарин	1 031	940
мыло хозяйственное	1 029	480

Таблица 2.3.16

### Рекомендуемые для размещения по контекстной рекламе словосочетания<sup>12</sup>

Запрашиваемая продукция или услуги	Yandex	Rambler
Данные не предназначены для открытой публикации		

#### 2.3.2 Контекстная реклама

Для оценки контекстной рекламы, используемой рассматриваемыми производителями масложировой продукции, целесообразно составить таблицу, отображающую наиболее популярные запросы в поисковых системах, и в ней отметить слова или словосочетания, по которым рассматриваемые компании-конкуренты размещают контекстную рекламу.

При рассмотрении приведенной ниже таблицы может возникнуть вопрос, почему наиболее популярные слова и словосочетания, приведенные в таблице 3.2а, не совпадают с перечнем наиболее популярных запросов из таблицы 3.1а. Ответ достаточно прост. Дело в том, что не все компании знают (или имеют) доступ к статистикам поисковых запросов и, соответственно, могут организовать продвижение своей продукции (или бренда) по наиболее популярным запросам. Кроме того, на выбор соответствующих терминов оказывает воздействие и финансовый фактор. К примеру, в поисковой системе «Yandex» стоимость слов и словосочетаний для рекламодателя может колебаться от \$0.11 до \$20 за клик. Так как планирование и реализация компании по Интернет-продвижению осуществляется службами маркетинга в условиях жесткого бюджетного ограничения, вполне естественно, что недостаток финансовых средств может привести к тому, что продвижение осуществляется не по наиболее популярным запросам, а по тем словосочетаниям, которые требуют наименьших затрат.

Таблица 2.3.2а

### Размещение контекстной рекламы компаниями «Аист», «Химрос», «Биллар» по наиболее популярным запросам

Компания	Глицерин	Бытовая химия	Хозтовары	Стиральные порошки	Мыло	Чистящие средства
Данные не предназначены для открытой публикации						

<sup>12</sup> Данные словосочетания являются наиболее часто запрашиваемыми у той части Интернет-аудитории, которую интересует любая информация, связанная с масложировой продукцией пищевого и непищевого назначения и наиболее актуальны в том случае, когда у компании имеется собственный сайт

Таблица 2.3.26

**Размещение контекстной рекламы  
компаниями «Солнечные продукты» и «Орловский маслобойный завод»  
по наиболее популярным запросам**

Компания	Производство масложировой продукции	Масложировая продукция	Растительное масло	Маргарин	Майонез	Пищевые добавки
Холдинг «Солнечные продукты»						нет
«Орловский маслобойный завод»						нет
Аналитическая компания						тают.
						меню
						ачения
						ируют , ООО
компания						вности
продукция						методы
						в этих

**Данные не предназначены  
для открытой публикации**

целях применяются off-line-средства (то есть не связанные с Интернетом).

### 2.3.3 Состояние корпоративных Интернет-ресурсов и выполнение ими основных функций – представительской, рекламной, информационной, торговой и коммуникативной

Таблица 2.3.3а

#### Анализ Интернет-ресурсов основных конкурентов

Название организации	Позиционирование	Комментарии
<p><b>Холдинг «Солнечные продукты»</b>            109518, г. Москва, 1-й Грайвороновский проезд, д. 3            E-mail: <a href="mailto:Info@solpro.ru">Info@solpro.ru</a>  <a href="http://www.solpro.ru/">http://www.solpro.ru/</a>            Статистика посещений сайта закрыта</p>	<p>Вся продукция производится в соответствии с ГОСТ.            По словам специалистов компании, по общему объему производимой продукции Холдинг является лидером масложировой отрасли России.            В состав «Солнечных продуктов» входит 10 производственных предприятий.            В ассортименте продукции – 500 наименований.            В рейтинге Агентства «Эксперт» «Солнечные продукты» заняли 10 место среди предприятий пищевой промышленности среди 400 крупных компаний России.            Особенно подчеркивается, что «Солнечные продукты» производят продукцию как для потребительского, так и для промышленного рынка.            Регион сбыта Холдинга – Россия и СНГ.</p>	<p>Современный корпоративный ресурс Холдинга с первого взгляда производит впечатление качества и престижа.            Здесь представлена самая разнообразная информация о компании и ее изделиях.            На ресурсе в равной степени уделено внимание информационной наполняемости, представлению конкурентных преимуществ продукции и внешнему оформлению (дизайну). Все это делает посещение сайта полезным для широкого круга потребителей.            В новостях публикуются сообщения о значимых событиях в жизни Холдинга (юбилей, обновление упаковки майонеза «Оливье», награды, выставки). Последнее обновление – август 2007 года.            Свой сайт Холдинг успешно использует в представительских целях – так, в пресс-подборке собраны материалы СМИ, в которых освещается деятельность «Солнечных продуктов». Таким способом предприятие повышает свой статус в глазах посетителей, показывая свою известность и тиражируемость на рынке масложировой продукции. Среди периодических изданий, статьи которых размещены в разделе, следует упомянуть «РБК Daily», «Коммерсантъ», «Ведомости».            В каталоге продукции подробно рассказывается о каждом из брендов Холдинга, его конкурентных преимуществах и технических характеристиках. Прайс-листы отсутствуют.</p> <p>Таким образом, чтобы стимулировать сбыт своей продукции, специалисты Холдинга активно используют свой корпоративный сайт, на котором посетители найдут большое количество информации о предприятиях «Солнечных продуктов» и их продукции. При такой высокой текстовой насыщенности разработчикам ресурса удалось создать удобное меню и грамотно разместить все рубрики на просторстве web-адреса. Поэтому искать любые сведения здесь довольно несложно.            Дизайн сайта очень качественно и грамотно отражает фирменный стиль компании. Для иллюстрирования продукции используются</p>

Название организации	Позиционирование	Комментарии
		небольшие иллюстрации.  <b>Резюме:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Удобство поиска информации – 5 баллов</b></li> <li>• <b>Информационная наполняемость – 5 баллов</b></li> <li>• <b>Обновляемость информации – 5 баллов</b></li> <li>• <b>Дизайн сайта – 5 баллов</b></li> </ul>
Орл (ОАО 3020 ской Теле E-ma <a href="#">http:</a> Стат лей	<p>Данные не предназначены для открытой публикации</p>	



Название организации	Позиционирование	Комментарии
<p><b>ЗАО «Аист»</b> г.Са Лиг Тел <a href="#">f1a</a> <a href="#">http</a> Ста</p>	<p>Продукция «Аиста» сделана из экологически чистого сырья, не со-</p>	<p>На сайте главным образом представлена информация о заводе и тьи, ная под- или дви- про- ний, пол- яют и и ент- упа- од- я, с ор- ра с хое лям по дру-</p>
<p><b>ОО</b> 115 ул. Тел E-mail: <a href="mailto:info@spud00-tykoshko.ru">info@spud00-tykoshko.ru</a></p>		

Данные не предназначены  
для открытой публикации

Название организации	Позиционирование	Комментарии
<a href="http://www.chudo-lubokho.ru/">http://www.chudo-lubokho.ru/</a> Стат теле	Компания «Чудо-Вещи» поставщик в России глицерина	
ООО 1930 Тел. <a href="http://cher...">cher</a> <a href="http://...">http</a> Стат	<p style="color: red; font-weight: bold;">Данные не предназначены для открытой публикации</p>	но-  ЭНТ АК- ВЫ-  КО- В  И  И ТЬ  ОМ РИ ИТ
ЗАО 1980 <a href="http://info...">info</a> <a href="http://...">http</a> Стат		есь ках  ы, ди-
		розничными и оптовыми покупателями.

Название организации	Позиционирование	Комментарии
<p>Таким</p> <p>Компа нет-ре</p> <p>реть аналоги конкурентов). Это необходимо как для выгодного представления компании на рынке, так и для привлечения внимания потенциальных покупателей, совершающих покупки в Интернете.</p>	<p>По желанию заказчика ему предоставляется бесплатная тара (с</p> <p style="text-align: center; color: red; font-weight: bold;">Данные не предназначены для открытой публикации</p>	<p>зованию, ГОСТ, гигиенические сертификаты и заключения.</p> <p>бъема партии</p> <p>ую информа- кции. Единст- ную работу с ы продукции я всех новых стов «Билла-</p> <p>ском уровне, жения самой</p> <p><b>ОВ</b> <b>алла</b> <b>ОВ</b></p> <p>ьному кли-</p> <p>тво по дос-</p> <p>«обратной делать; й как в</p> <p>я Интер- о посмот-</p>

### 2.3.4 Продвижение в поисковых системах

**Информация о Холдинге «Солнечные продукты»** встречается в пресс-релизах и новостях, региональных и федеральных СМИ, разнообразных порталах по сельскому хозяйству, на коммерческих досках объявлений (около 1 060 ссылок): [www.yarmarka.net/news](http://www.yarmarka.net/news), [www.conditer.ru](http://www.conditer.ru), [www.outdoor.ru](http://www.outdoor.ru), [www.64.product.ru](http://www.64.product.ru), [www.ecraft.ru/releases](http://www.ecraft.ru/releases), [www.oilworld.ru](http://www.oilworld.ru), [www.apk-inform.com](http://www.apk-inform.com), [www.sostav.ru/news](http://www.sostav.ru/news), [www.vedomosti.ru/newspaper](http://www.vedomosti.ru/newspaper), [www.rosinvest.com/news](http://www.rosinvest.com/news), [www.advis.ru](http://www.advis.ru), [www.media-online.ru](http://www.media-online.ru), [www.tehnoprogress.ru/lenta](http://www.tehnoprogress.ru/lenta), [www.unipack.ru](http://www.unipack.ru), [www.expert.ru/news](http://www.expert.ru/news), [www.proagro.com.ua](http://www.proagro.com.ua), [www.masla.net](http://www.masla.net), [www.zrpress.ru](http://www.zrpress.ru), [www.sf-online.ru](http://www.sf-online.ru), [www.kommersant.ru/region](http://www.kommersant.ru/region), [www.time-saratov.ru](http://www.time-saratov.ru) и др.

Ссылка на сайт Холдинга отображается в начале страниц поиска. По запросам продукции («растительное масло», «мыло», «майонез», «глицерин») «Солнечные продукты» сложно найти в пределах нескольких первых страниц. Поэтому можно сделать вывод о том, что с помощью своего сайта предприятие не продвигается в Интернете. Возможно, у Холдинга активная рекламная поддержка распространяется исключительно на off-line-пространство (то есть вне Сети), а возможно, для стимулирования используются (или будут использоваться) инструменты, не связанные с поисковыми системами (баннеры, контекстная реклама и пр.).

зиров ятий, <a href="http://www.">www.</a> <a href="http://www.">www.</a> <a href="http://www.">www.</a>	<p style="color: red; font-weight: bold;">Данные не предназначены для открытой публикации</p>	диали- дпри- <a href="http://pats-gia.ru">/pats-gia.ru</a> , <a href="http://est.ru">est.ru</a> ,
«крен лок. искл терне		тика», х ссы- ии, не в Ин-
объя след <a href="http://biz.in">biz.in</a> <a href="http://www.">www.</a> <a href="http://www.">www.</a> <a href="http://www.">www.</a> <a href="http://www.">www.</a>		досках ых ис- <a href="http://ru.all-world.ru">.ru.all-world.ru</a> , <a href="http://aru.ru">aru.ru</a> , <a href="http://News-ges.ru">/News-ges.ru</a> ,
тельн моме		расти- оящий
20 ис ятий <a href="http://www.">www.</a> <a href="http://www.">www.</a>		ерно в дпри- <a href="http://vis.ru">vis.ru</a> , <a href="http://rm.ru">rm.ru</a> ,
торы созда вани	, в ко- тия не /лиро-	
никах ты	источ- е лен- <a href="http://nuk.ru">nuk.ru</a> ,	

<a href="#">www.</a>		<a href="#">st.ru,</a>
<a href="#">www.</a>		<a href="#">at.ru,</a>
<a href="#">www.</a>		
ным т		снов-
лать		сде-
телей		води-
( <a href="#">www.</a>		ресса
<a href="#">www.</a>		<a href="#">rs.ru,</a>
<a href="#">www.</a>		<a href="#">er.ru,</a>
<a href="#">www.</a>		<a href="#">ys.ru,</a>
и пр.)		<a href="#">ress,</a>
встре		» не
польз		е ис-
аптек		онет-
порта		еские
<a href="#">www.</a>		<a href="#">/org,</a>
<a href="#">www.</a>		<a href="#">ir.ru,</a>
<a href="#">www.</a>		<a href="#">-a.ru</a>
ле ст		нача-
ку (п		мети-
но за		нсив-
«крем		ий –
доски		СМИ,
<a href="#">www.</a>		<a href="#">ig.ru,</a>
<a href="#">www.</a>		<a href="#">t1.ru,</a>
<a href="#">www.</a>		<a href="#">ve.ru,</a>
тимен		ссор-
Слож		ска).
что у		ятно,
ции		одук-
орган		сайт
выста		нные
<a href="#">www.</a>		<a href="#">n.ua,</a>
<a href="#">price.</a>		<a href="#">stroy-</a>
моющ		итель
ността		мож-
проду		воей
		к.
ных п		идер-
		ков):

Данные не предназначены  
для открытой публикации

[www.3](#)  
[online](#)  
[www.i](#)  
[www.l](#)  
[www.l](#)  
[www.3](#)

дукци  
ки), в  
зовате  
регуля  
бренд

форма  
новос  
объяв  
не до  
нии»)  
больш  
на ра  
прият

метик

[media-](#)  
[ws.net,](#)  
[nter.ru,](#)  
[ews.ru,](#)  
[ress.ru,](#)

та про-  
порош-  
, поль-  
етикой,  
ания к

то ин-  
ленты  
доски  
или он  
компа-  
ть, что  
о себе  
меро-  
ая кос-

Данные не предназначены  
для открытой публикации

### 2.3.5 Выводы из анализа продвижения в Интернете

Итак, проведенное исследование по продвижению компаний в Интернете позволило выявить следующие тенденции:

- Веду
- чени
- Поср
- Все
- лич
- При
- вниг
- В це
- (ски

Данные не предназначены  
для открытой публикации

# Часть 3

## Анализ спроса

### 3.1 Области применения глицерина. Основные потребители глицерина

В настоящее время глицерин, благодаря своим уникальными физическим и химическим свойствам (гигроскопичность, высокая вязкость, низкая температура замерзания растворов, образование нитроглицерина и др.) используется в более чем 2000 направлениях промышленности, медицины, науки, техники и т.д.

Таблица 3.1a

#### Области применения глицерина

Отрасль	Предназначение
<b>Сельское хозяйство</b>	Глицерин используют при обработке семян и сеянцев. Разбавленные растворы глицерина помогают прорастанию овса и других злаков. С целью обработки растений и плодовых деревьев применяют смесь: две части глицерина, одна часть формальдегида и 17 частей воды.
<b>Лакокрасочная промышленность</b>	Глицерин - ценный компонент полировочных составов, особенно лаков, применяемых для окончательной отделки. В процессе этерификации канифоли с глицерином образуется продукт, используемый для производства различных лаков. Многоосновные кислоты при конденсации с глицерином образуют смолообразные продукты, называемые глифталями. Глицерин 98 %-ный применяют для производства электроизоляционных лаков. Производство моющих и косметических средств. Большое количество сортов туалетного мыла содержит глицерин, который усиливает его моющую способность, придает белизну коже и смягчает ее. Глицериновое мыло способствует удалению красящих веществ кожи, загоревшей на солнце. Многие прозрачные сорта туалетного мыла имеют массовую долю глицерина 8-15 %.
<b>Производство пластических масс</b>	Глицерин является ценной составной частью при получении пластмасс и смол. Эфиры глицерина широко применяют в производстве прозрачных упаковочных материалов. Например, целлофан обладает отличной гибкостью и не теряет своих свойств ни в жару, ни в холоде. Для приготовления пластической массы необходимо смешивать 4 массовой доли глицерина, 10 массовых долей гипса и 1,5 массовые доли воды. Из глицерина и фталевого ангидрида готовят смолы, обладающие разнообразными свойствами. Эти смолы при добавлении олеиновой кислоты или касторового масла характеризуются высокой гибкостью. При получении водонепроницаемых упаковочных материалов применяют композицию, состоящую из глицерина, протеиновых веществ, льняного масла и пигмента. Полиглицерины используют для покрытия бумажных мешков, применяемых для хранения масла. С целью придания бумажным упаковочным материалам огнестойкости их пропитывают под давлением водным раствором глицерина, буры, фосфата аммония, фосфата натрия, сульфата аммония и желатина. Имеется множество патентов на получение смол. Глицерин обрабатывают двухосновными яблочной, янтарной, винной, малеиновой кислотами, или трехосновной лимонной, или двухосновной ароматической фталевой кислотой. Реакция проходит в три стадии: при небольшом нагревании получается липкая масса, которая затвердевает при охлаждении. При дальнейшем нагревании образуется нехрупкая масса, нерастворимая в ацетоне, разлагающаяся водой при кипячении в течение 2 мин. При продолжительном нагревании образуются смолы, нерастворимые в ацетоне и в других органических растворителях, стойкие по отношению к кислотам при обычной температуре, к кипящей и холодной воде, но разлагающиеся нагретыми растворами щелочей.
<b>Текстильная, бумажная и кожевенная отрасли промышленности</b>	Глицерин в текстильной промышленности применяют в прядении, ткачестве, печатании, крашении и шлихтовании. Глицерин придает тканям эластичность и мягкость. Его используют для получения анилиновых красок, растворителей для красок, а также в качестве антисептической и гигроскопической добавки к краскам для печатания. Глицерин широко используют при производстве синтетического шелка и шерсти. В бумажной промышленности глицерин применяют при выпуске кальки, пергамента, папиросной бумаги, бумажных салфеток и жиронепроницаемой бумаги. В кожевенной промышленности глицерин добавляют к водным растворам хлорида бария, который используют в качестве препарата для консервирования кож. Глицерин является одним из компонентов восковых эмульсий для дубления кож. В процессе жировки кож используют глицериновые растворы.
<b>Пищевая промышленность</b>	Глицерин используют для приготовления экстрактов чая, кофе, имбиря и других растительных веществ, которые измельчают, увлажняют и обрабатывают глицерином, нагревают и извлекают водой для получения экстракта, содержащего около 30 % глицерина. Глицерин широко применяют при производстве безалкогольных напитков. Крупные предприятия расходуют более 450 т глицерина высшего сорта в год для приготовления экстракта, который в разбавленном состоянии придает напиткам "мягкость". Глицерин используют при получении горчицы, желе и уксуса. Применяют глицерин для получения пищевых поверхностно-активных веществ (ПАВ), используемых в качестве добавок, способствующих повышению качества готовой продукции. Наиболее распространенные пище-



	<p>вые ПАВ - моно- и диглицериды эфиры полиглицерина, окисэтилированные моноглицериды и жирные кислоты, эфиры пропиленгликоля. В промышленности моноглицериды получают в результате этерификации жирных кислот и глицерина или глицеролизом жиров и масел. При выработке хлебобулочных изделий ПАВ способствуют равномерному распределению жиров в тесте, предотвращают налипание клейковины и крахмала при выпечке. В связи с этим увеличивается объем хлеба и замедляется его очерствение.</p> <p>При производстве кондитерских изделий ПАВ уменьшают прилипание карамели, не допускают «поседения» шоколада в процессе хранения. При выработке мороженого ПАВ позволяют получить более тонкую структуру, хорошую твердость и постоянную форму продукта. В сушеном картофеле, макаронах, лапше ПАВ уменьшают клейкость крахмала.</p> <p>ПАВ в больших количествах применяют при производстве маргарина. Они играют роль высокотемпературных стабилизаторов и эмульгаторов.</p>
<b>Печатание и фотография</b>	<p>Вещество для типографских роллов представляет собой смесь, применяемую в форме цилиндров для нанесения типографской краски на шрифты. Вещество готовят путем размягчения в воде и постепенного нагревания желатина и высокосортного клея (табл. 58). Далее прибавляют глицерин, сахар и отверждающий агент (формальдегид или хроматы). Расплавленную массу отливают в виде валиков, которые после застывания приобретают консистенцию каучука.</p>
<b>Медицинская промышленность</b>	<p>Глицерин находит широкое применение в медицине и производстве фармацевтических препаратов. Его используют в следующих целях: для растворения лекарств; придания влажности таблеткам и пилюлям; повышения вязкости жидких препаратов; предохранения от энзиматических изменений при ферментации жидкостей и от высыхания мазей, паст и кремов.</p> <p>Глицерин является отличным растворителем йода, брома, фенола, тимола, танина, алкалоидов и хлорида ртути. Используя глицерин вместо воды, можно приготовить высококонцентрированные медицинские растворы.</p> <p>Глицериноборную кислоту получают растворением борной кислоты в горячем глицерине; ее используют в качестве антисептика.</p> <p>Глицерин обладает антисептическими свойствами, поэтому его применяют для предотвращения заражения ран. Антисептические и консервирующие свойства глицерина связаны с его гигроскопичностью, благодаря которой происходит дегидратация бактерий.</p>
<b>Электротехника и радиотехника</b>	<p>В радиотехнике глицерин широко используют в производстве электролитических конденсаторов, готовят смесь, имеющую такой состав (массовая доля в %): глицерина - 36, картофельного крахмала - 7, борнокислого аммония - 56 и агар-агара - 1.</p> <p>Глицерин применяют в области электроплатинирования и при обработке алюминия и его сплавов. Композиция для обработки состоит из 20 г 98 %-ной каустической соды, растворенной в 1 л воды с добавлением 150 мл 98 %-ного глицерина.</p> <p>Глицерин используют при производстве алкидных смол, которые применяют как изоляционный материал.</p>
<b>Военное дело</b>	<p>Глицерин используют для получения нитроглицерина, из которого производят динамит, бездымный порох и другие взрывчатые вещества, применяемые в мирных целях и военном деле. Во всем мире ежегодно расходуют более 40 тыс. т динамитного 98 %-ного глицерина для получения нитроглицерина, что составляет 10 % от уровня мирового выпуска. Кроме того, более 7 тыс. т динамитного глицерина используют в качестве незамерзающих растворов в различных двигателях, тормозной и нагревающей жидкости, для охлаждения стволов орудий.</p>
<b>Табачная промышленность</b>	<p>Благодаря высокой гигроскопичности глицерин используют для регулирования влажности табака с целью устранения неприятного раздражающего вкуса.</p> <p>Для улучшения качества табака применяют, например, композицию такого состава (массовые доли): глицерина 30-60, инвертного сахара 100-500, калийной соли 3-6, сернокислого цинка 2-6, Nad 4-8, шафрана 1-2 и воды 1000. В мировом производстве табака ежегодно расходуют более 12 тыс. т 94 %-ного глицерина.</p>

Важнейшие товары, при производстве которых используется глицерин:

- нитроглицерин, бездымный порох и динамит
- пластмассы
- лекарственные и косметические препараты, мази
- зубные пасты
- некоторые сорта туалетного мыла
- рабочая жидкость для гидравлических насосов
- незамерзающие составы для автомобильных радиаторов
- консервирующие и обезвоживающие вещества
- и др.

К примеру, областями применения глицерина марки Д-98 являются:

#### 1. Лакокрасочное пр-во

2. Текстильное пр-во
3. Табачная промышленность
4. Сельское хозяйство

Областями применения глицерина марки ПК-94 являются:

1. Пищевая промышленность
2. Косметическая промышленность
3. Фармацевтическая промышленность
4. Сельское хозяйство

Наибольшее количество глицерина используют для производства взрывчатых веществ, пластических масс, медицинских препаратов, табачных изделий, моющих и косметических средств.

### **3.2 Анализ тендеров, проводимых на глицерин за период январь 2004-июнь 2007г.г.**

По данным архивной базы тендеров Трейд.Су в период с января 2004г. по июнь 2007г. было объявлено 225 конкурсов на глицерин различных видов. В том числе проводилось 17 тендеров на глицерин технический и 18 тендеров на глицерин дистиллированный. Перечень тендеров находится в прилагаемой к отчету папке «Архив тендеров».

# Часть 4

# Выводы

1. Во всем мире наблюдается рост потребления глицерина и его производных. Основными источниками глицерина являются природные жиры животного и растительного происхождения. При этом глицерин, получаемый из растительных масел, растет быстрее, чем из животных жиров.
2. В последние годы наблюдается тенденция к увеличению импорта глицерина из зарубежных стран. Это связано с тем, что в России производство глицерина не удовлетворяет потребности рынка. Кроме того, в последние годы наблюдается рост производства глицерина в Китае, который является основным поставщиком глицерина в Россию.
3. Многие российские производители глицерина заинтересованы в расширении своих производственных мощностей и в развитии новых технологий. Это связано с тем, что глицерин является важным сырьем для производства многих химических продуктов, в том числе и полимеров. Кроме того, глицерин используется в пищевой промышленности, фармацевтике и косметологии.
4. Объемы импорта глицерина в Россию в последние годы растут. Это связано с тем, что в России производство глицерина не удовлетворяет потребности рынка. Кроме того, в последние годы наблюдается рост производства глицерина в Китае, который является основным поставщиком глицерина в Россию.

Данные не предназначены для открытой публикации

Таблица 4а

**Объемы потребления импортного глицерина федеральными округами РФ**

Округ	Объем импорта (кг)	Доля в общем объеме импорта (%)
Центральный		
Приволжский		
Северо-западный		
Сибирский		
Уральский		
Южный		

Данные не предназначены для открытой публикации

5. Наиболее активно импортные операции осуществляются из стран<sup>14</sup>:

Таблица 4б

**Наиболее активные импортеры и их доли в общем объеме импорта глицерина**

Страна-поставщик	Доля в общем объеме импорта, (%)
Германия	
Бельгия	
Польша	
Италия	

Данные не предназначены для открытой публикации

<sup>13</sup> По итогам 2006 года  
<sup>14</sup> По итогам 2006 года

Страна-поставщик	Доля в общем объеме импорта, (%)
Чех	<p style="text-align: center; color: red;">Данные не предназначены для открытой публикации</p>
Нид	
Авс	
Укр	
Вел	
Тур	