



**КОМПАНИЯҒА  
ШОЛУ**





- ❖ 1971 жылы ашылған
- ❖ 1997 жылы жекешелендірілген
- ❖ Күрделі жөндеу жұмыстары жүргізілді
- ❖ Жабдықтар 100% өзгертілді
- ❖ Жекешелендіру саясатынан соң зауыт инфрақұрылымы 5 есеге кеңейтілген
- ❖ 22,5 мың тонна өнімнен 120 мың тоннаға жетті
- ❖ Қарағанды қаласында 617 адам жұмыспен қамтуда
- ❖ Алматы қаласында 1944 адам жұмыс жасайды



3  
желания

*Готовим для родных!*



- ❖ Майонездің 15 түрі
- ❖ Кетчуптің 9 түрі
- ❖ Соустар мен дәмдеуіштердің 21 түрі
- ❖ Қоюлатылған сүт өнімдерінің 4 түрі
- ❖ Маргариннің 11 түрі
- ❖ Томат пастасы



Сұйық майдың 3 түрі



Сары майдың 13 түрі



Маргарин өнімдерінің 13 түрі



Қазақстандағы В2В өнеркәсіп орындары мен  
HoReCa саласының 70% «Eurasian Foods Corp.»  
өнімдерін пайдаланады.

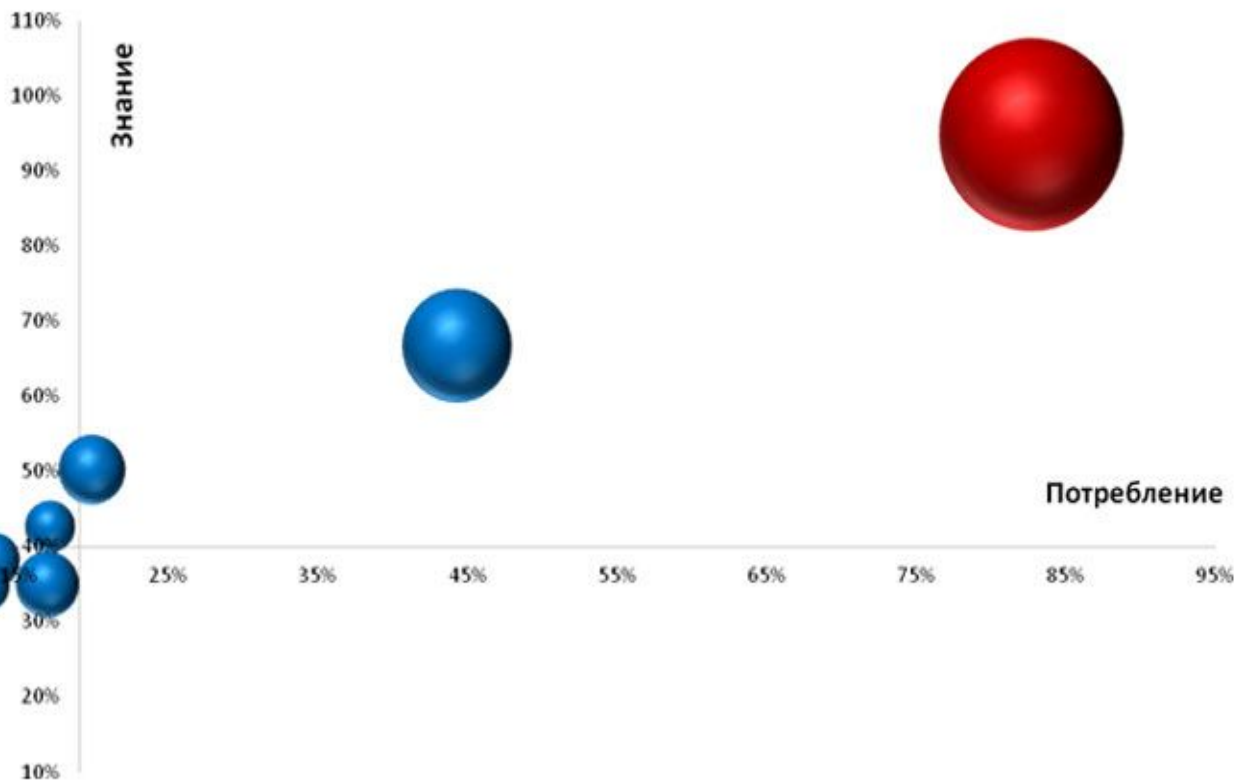


# МАЙОНЕЗ «3 ЖЕЛАНИЯ»

Высокое знание  
и низкое  
потребление

Высокое знание  
и высокое потребление

- МАЙОНЕЗ «3 ЖЕЛАНИЯ»
- ОСТАЛЬНЫЕ ИГРОКИ РЫНКА



Низкое знание  
и низкое потребление

Низкое знание  
и высокое потребление

70,7% женского населения Казахстана в возрасте 18-60 лет, среди потребителей майонеза за последние полгода лояльны к бренду "3 Желания"

82,7% женского населения Казахстана в возрасте 18-60 лет, среди потребителей майонеза за последние полгода потребляют бренд "3 Желания"

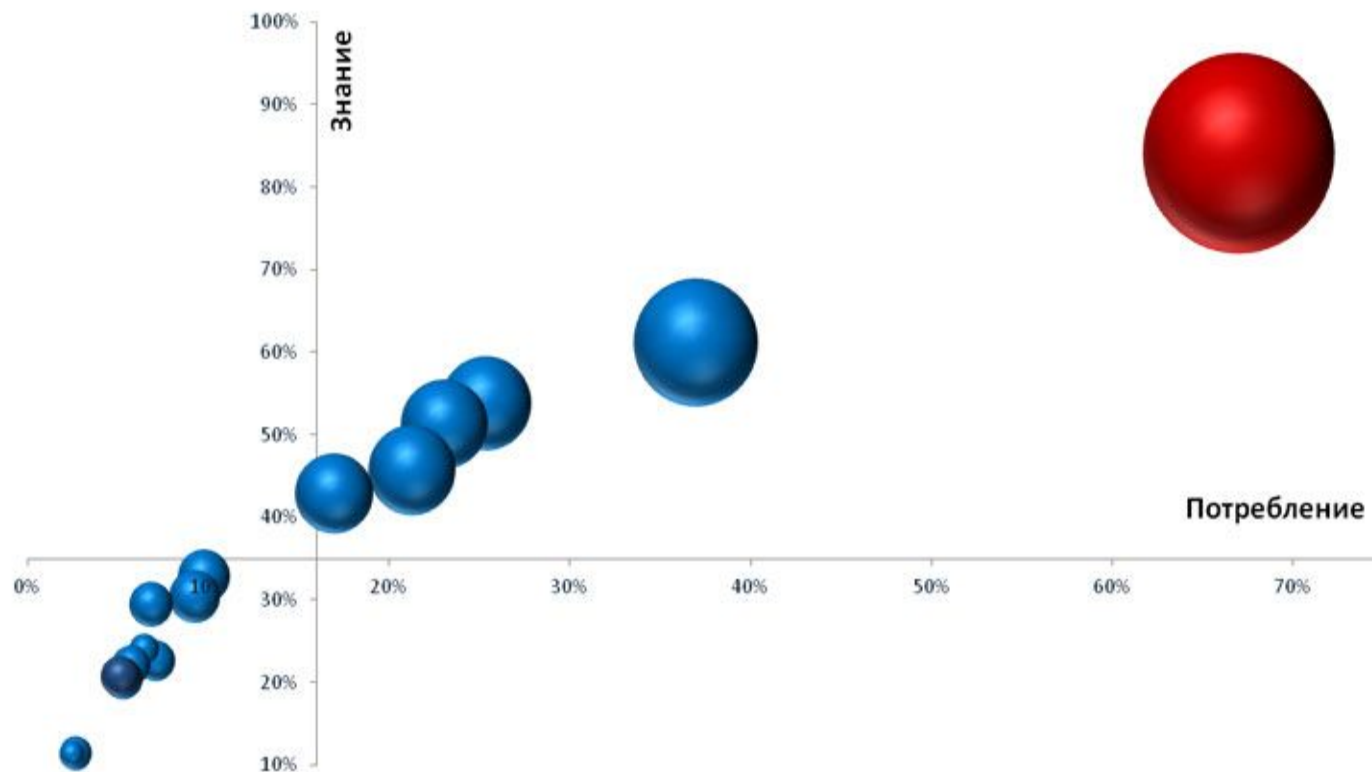
94,8% женского населения Казахстана в возрасте 18-60 лет, среди потребителей майонеза за последние полгода знают бренд "3 Желания"

# КЕТЧУП «3 ЖЕЛАНИЯ»

Высокое знание  
и низкое  
потребление

Высокое знание  
и высокое потребление

- КЕТЧУП «3 ЖЕЛАНИЯ»
- ОСТАЛЬНЫЕ ИГРОКИ РЫНКА



56,2% женского населения Казахстана в возрасте 18-60 лет, среди потребителей кетчупа за последние полгода лояльны к бренду "3 Желания"

67% женского населения Казахстана в возрасте 18-60 лет, среди потребителей кетчупа за последние полгода потребляют бренд "3 Желания"

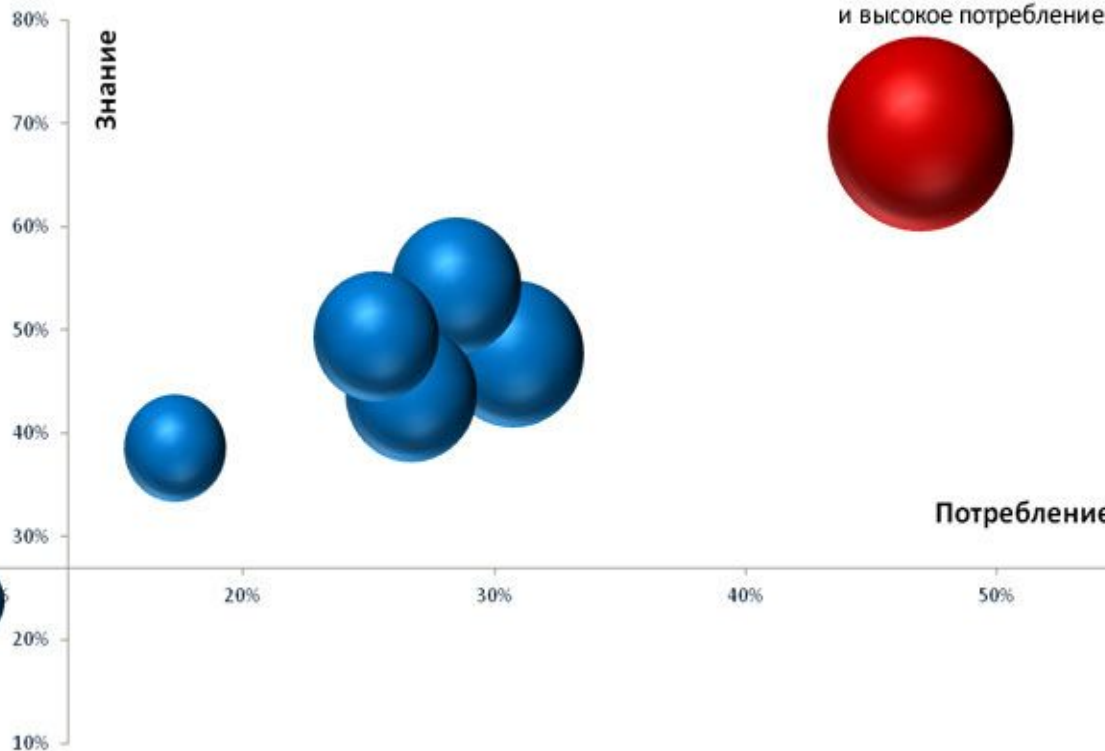
84% женского населения Казахстана в возрасте 18-60 лет, среди потребителей кетчупа за последние полгода знают бренд "3 Желания"

Низкое знание  
и низкое потребление

Низкое знание  
и высокое потребление

# СОУСЫ И ПРИПРАВЫ «3 ЖЕЛАНИЯ»

Высокое знание  
и низкое  
потребление



Высокое знание  
и высокое потребление

- СОУСЫ И ПРИПРАВЫ «3 ЖЕЛАНИЯ»
- ОСТАЛЬНЫЕ ИГРОКИ РЫНКА

*35,4% женского населения Казахстана в возрасте 18-60 лет, среди потребителей соусов и приправ за последние полгода лояльны к бренду "3 Желания"*

*47% женского населения Казахстана в возрасте 18-60 лет, среди потребителей соусов и приправ за последние полгода потребляют бренд "3 Желания"*

*68,9% женского населения Казахстана в возрасте 18-60 лет, среди потребителей соусов и приправ за последние полгода знают бренд "3 Желания"*

Низкое знание  
и низкое потребление

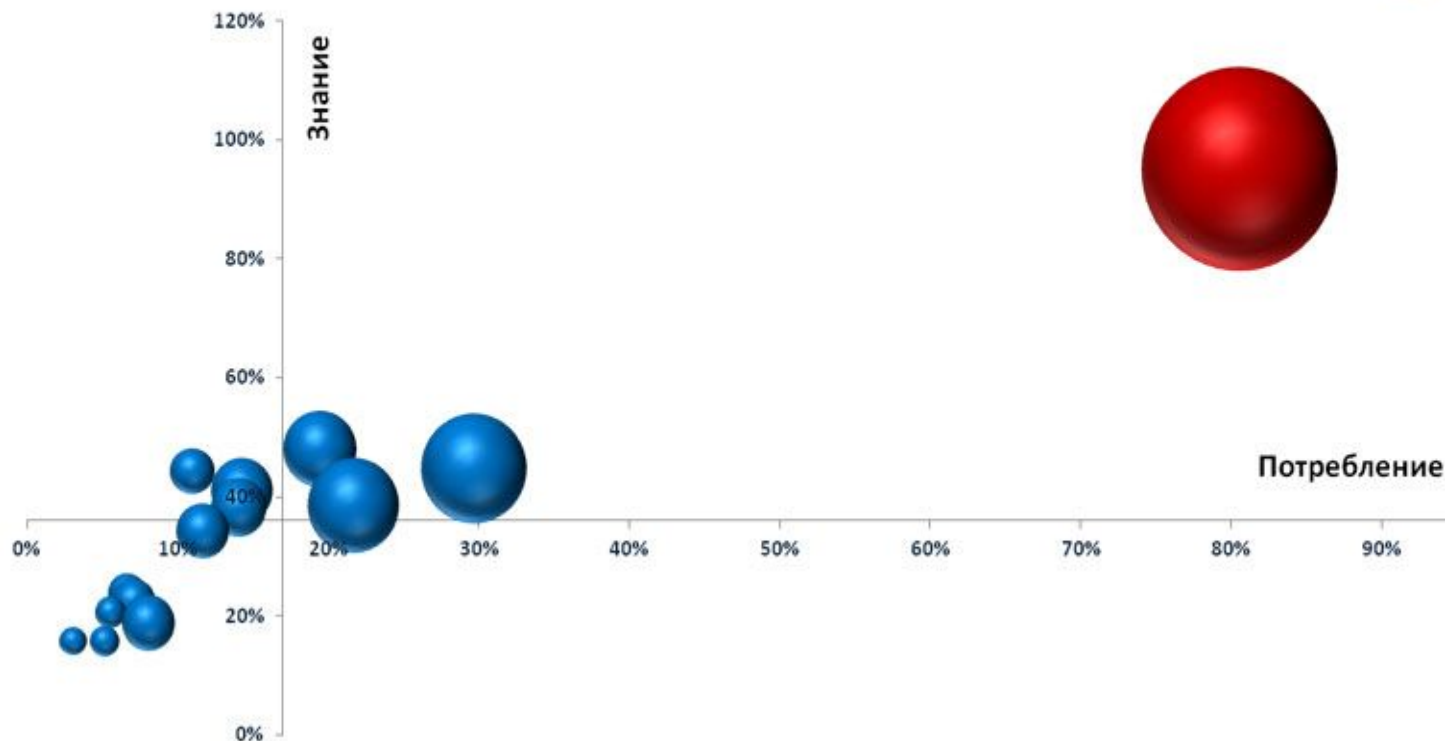
Низкое знание  
и высокое потребление

# МАРГАРИН «3 ЖЕЛАНИЯ»

Высокое знание  
и низкое  
потребление

Высокое знание  
и высокое потребление

- МАРГАРИН «3 ЖЕЛАНИЯ»
- ОСТАЛЬНЫЕ ИГРОКИ РЫНКА



71,2% женского населения Казахстана в возрасте 18-60 лет, среди потребителей маргарина за последние полгода лояльны к бренду "3 Желания"

80,6% женского населения Казахстана в возрасте 18-60 лет, среди потребителей маргарина за последние полгода потребляют бренд "3 Желания"

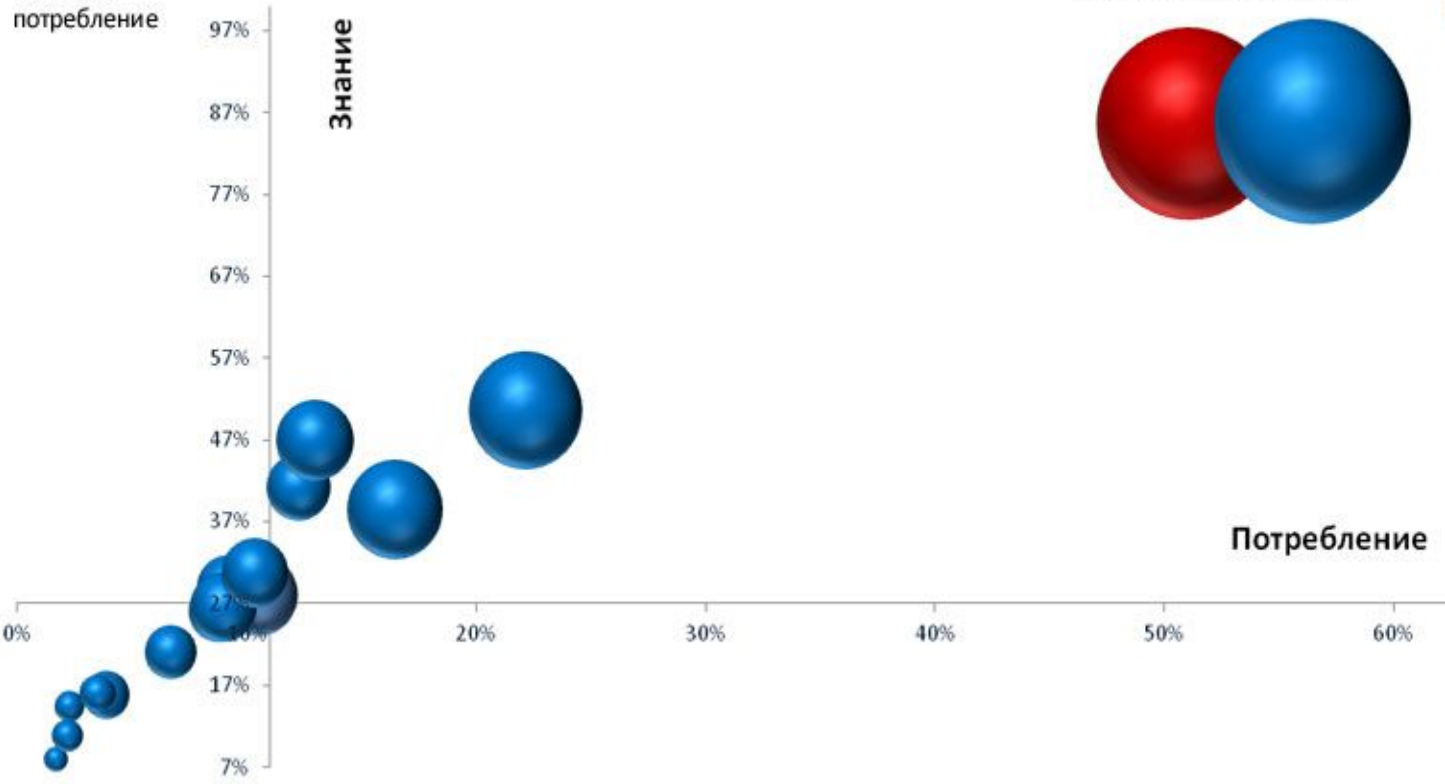
95% женского населения Казахстана в возрасте 18-60 лет, среди потребителей маргарина за последние полгода знают бренд "3 Желания"

Низкое знание  
и низкое потребление

Низкое знание  
и высокое потребление

# СЛИВОЧНОЕ МАСЛО «ЗЛАТЫЕ ГОРЫ»

Высокое знание  
и низкое  
потребление



Высокое знание  
и высокое потребление

- СЛИВОЧНОЕ МАСЛО «ЗЛАТЫЕ ГОРЫ»
- ОСТАЛЬНЫЕ ИГРОКИ РЫНКА

*36,6% женского населения Казахстана в возрасте 18-60 лет, среди потребителей сливочного масла за последние полгода лояльны к бренду "Златые горы"*

*56,5% женского населения Казахстана в возрасте 18-60 лет, среди потребителей сливочного масла за последние полгода потребляют бренд "Златые горы"*

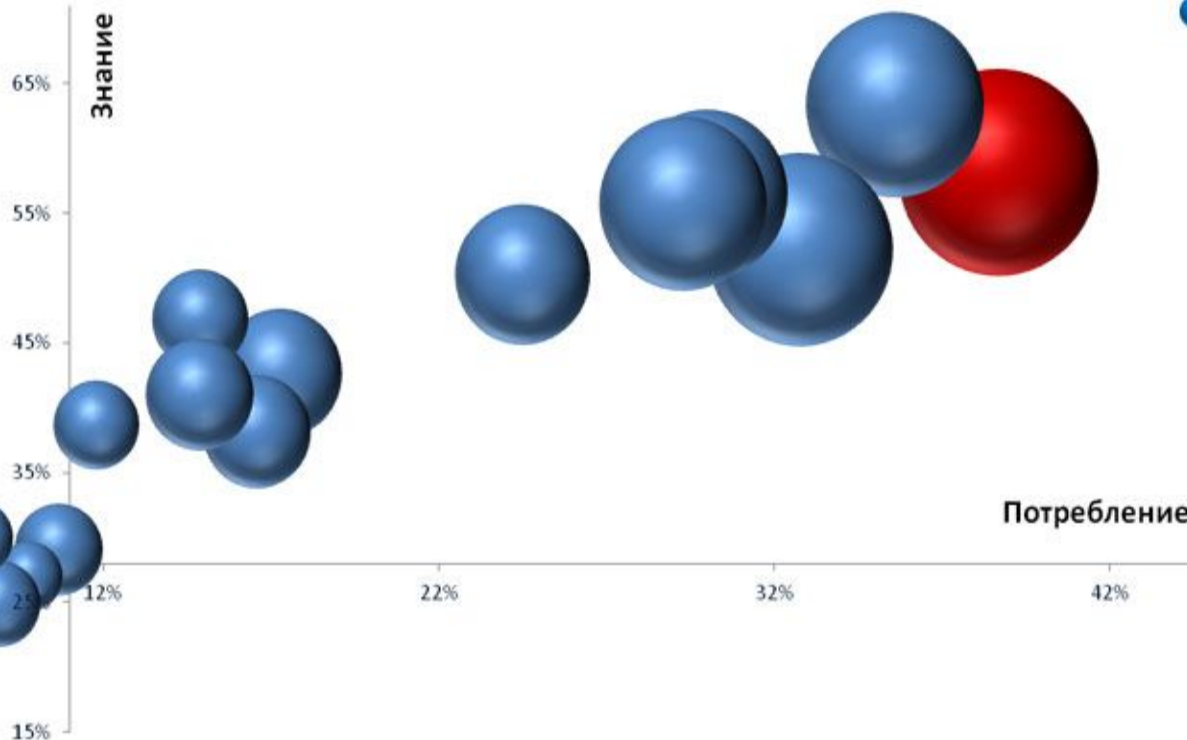
*85,8% женского населения Казахстана в возрасте 18-60 лет, среди потребителей сливочного масла за последние полгода знают бренд "Златые горы"*

Низкое знание  
и низкое потребление

Низкое знание  
и высокое потребление

# МАСЛО РАСТИТЕЛЬНОЕ «ШЕДЕВР»

Высокое знание  
и низкое  
потребление



- МАСЛО РАСТИТЕЛЬНОЕ «ШЕДЕВР»
- ОСТАЛЬНЫЕ ИГРОКИ РЫНКА

25,5% женского населения Казахстана в возрасте 18-60 лет, среди потребителей растительного масла за последние полгода лояльны к бренду "Шедевр"

38,7% женского населения Казахстана в возрасте 18-60 лет, среди потребителей растительного масла за последние полгода потребляют бренд "Шедевр"

58,1% женского населения Казахстана в возрасте 18-60 лет, среди потребителей растительного масла за последние полгода знают бренд "Шедевр"

Низкое знание  
и высокое потребление

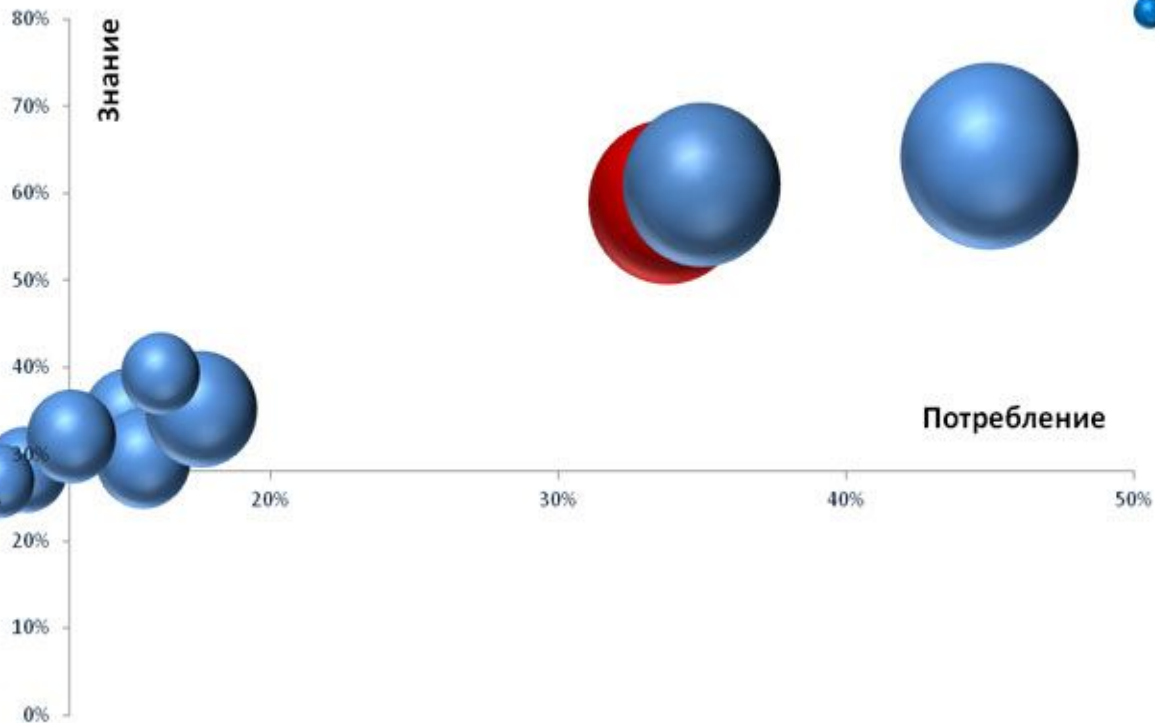
Низкое знание  
и низкое потребление

# СГУЩЕННОЕ МОЛОКО «3 ЖЕЛАНИЯ»

Высокое знание  
и низкое  
потребление

Высокое знание  
и высокое потребление

- СГУЩЕННОЕ МОЛОКО «3 ЖЕЛАНИЯ»
- ОСТАЛЬНЫЕ ИГРОКИ РЫНКА



23,1% женского населения Казахстана в возрасте 18-60 лет, среди потребителей сгущенного молока за последние полгода лояльны к бренду "3 Желания"

33,8% женского населения Казахстана в возрасте 18-60 лет, среди потребителей сгущенного молока за последние полгода потребляют бренд "3 Желания"

58,9% женского населения Казахстана в возрасте 18-60 лет, среди потребителей сгущенного молока за последние полгода знают бренд "3 Желания"

Низкое знание  
и низкое потребление

Низкое знание  
и высокое потребление

Дереккөз: TNS Gallup Media Asia





**ERG**



- ◆ ТНК «Казхром»
- ◆ Соколовско-Сарбайское горно-обогатительное производственное объединение (ССГПО)
- ◆ АО «Алюминий Казахстана»
- ◆ Казахстанский электролизный завод
- ◆ Павлодарский машиностроительный завод
- ◆ Евроазиатская Энергетическая Корпорация (ЕЭК)
- ◆ ENRC Logistics
- ◆ АО «Шубарколь комир»

40% ҚР Қаржы министрлігі  
20,7% Аліджан Ибрагимов  
20,7% Александр Машкевич  
18,6% Патох Шодиев