



**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



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.

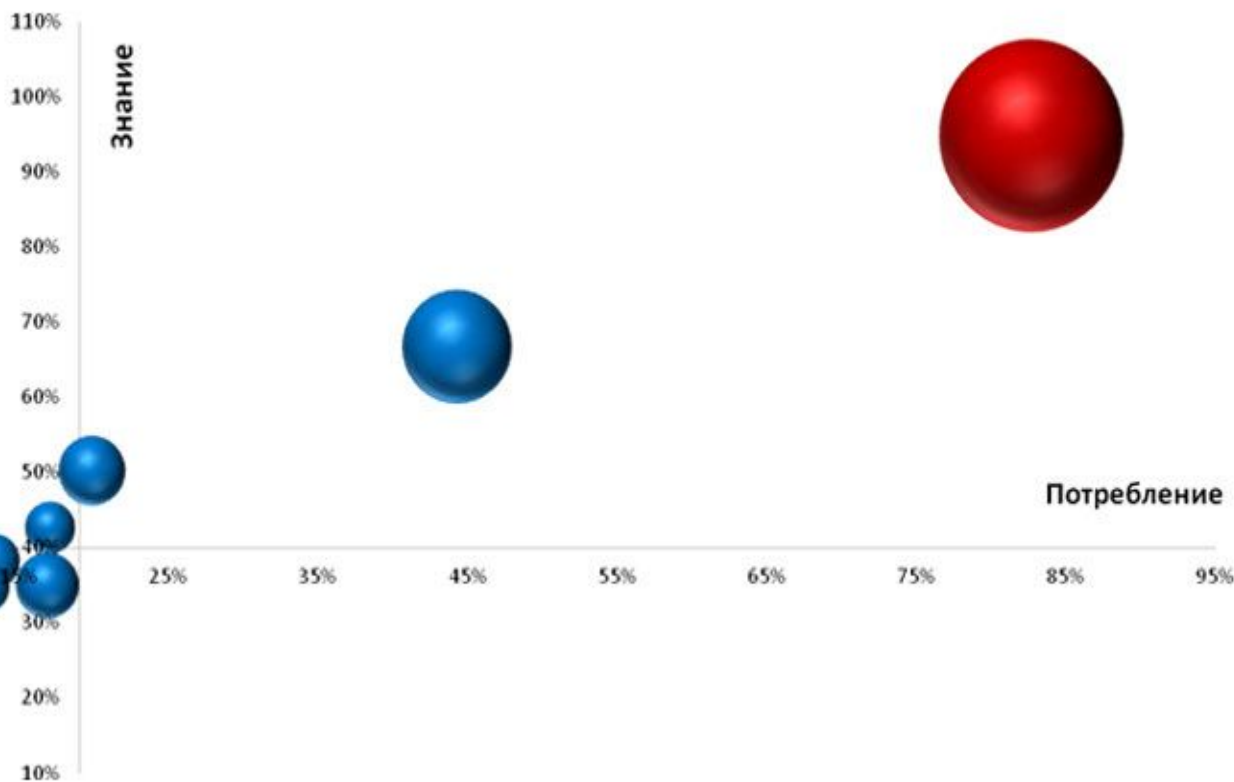


МАЙОНЕЗ «3 ЖЕЛАНИЯ»

Высокое знание
и низкое
потребление

Высокое знание
и высокое потребление

- МАЙОНЕЗ «3 ЖЕЛАНИЯ»
- ОСТАЛЬНЫЕ ИГРОКИ РЫНКА



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"

Низкое знание
и низкое потребление

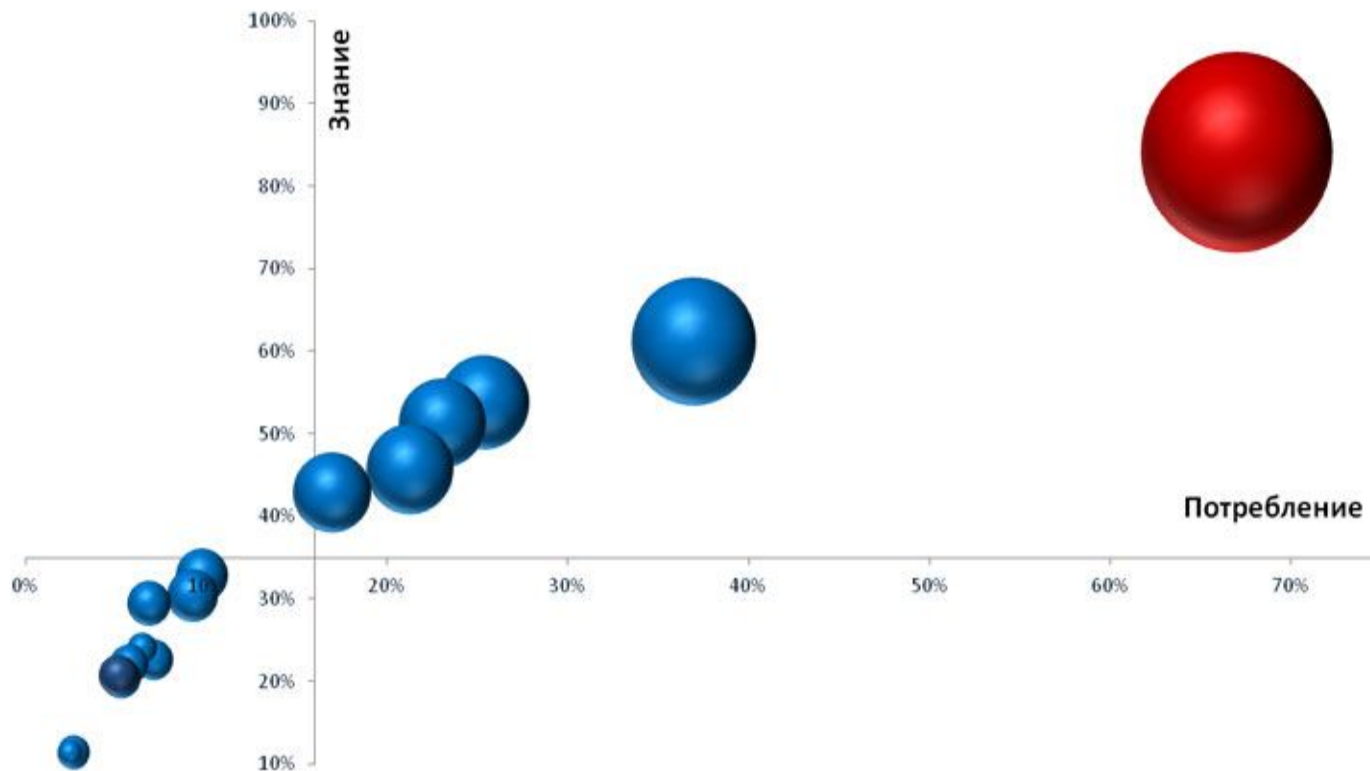
Низкое знание
и высокое потребление

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"

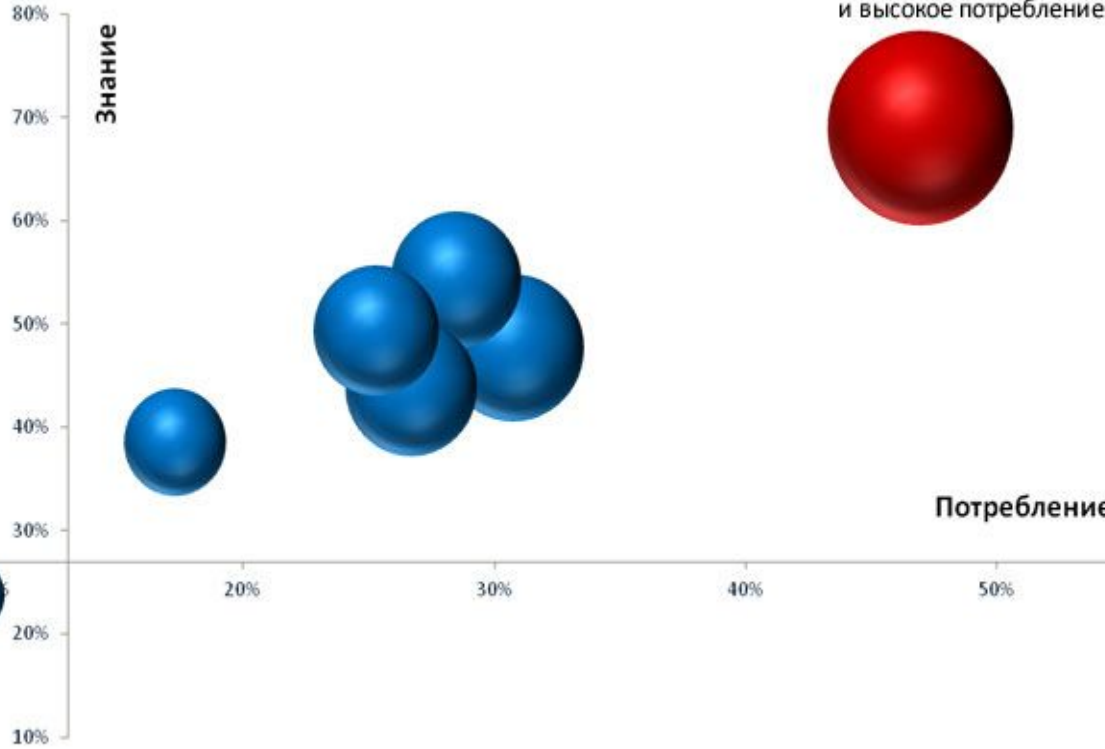
84% женского населения Казахстана в возрасте 18-60 лет, среди потребителей кетчупа за последние полгода знают бренд "3 Желания"

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

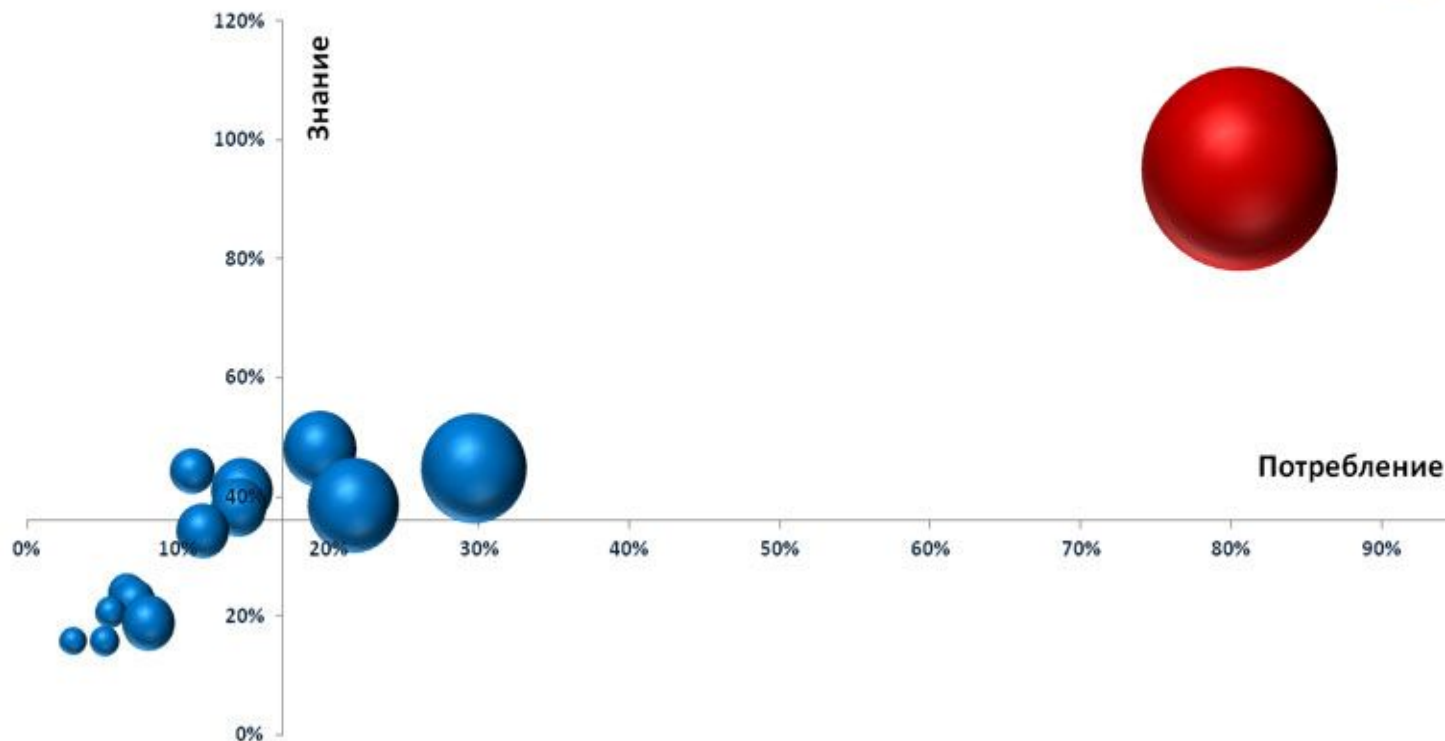
Низкое знание
и высокое потребление

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"

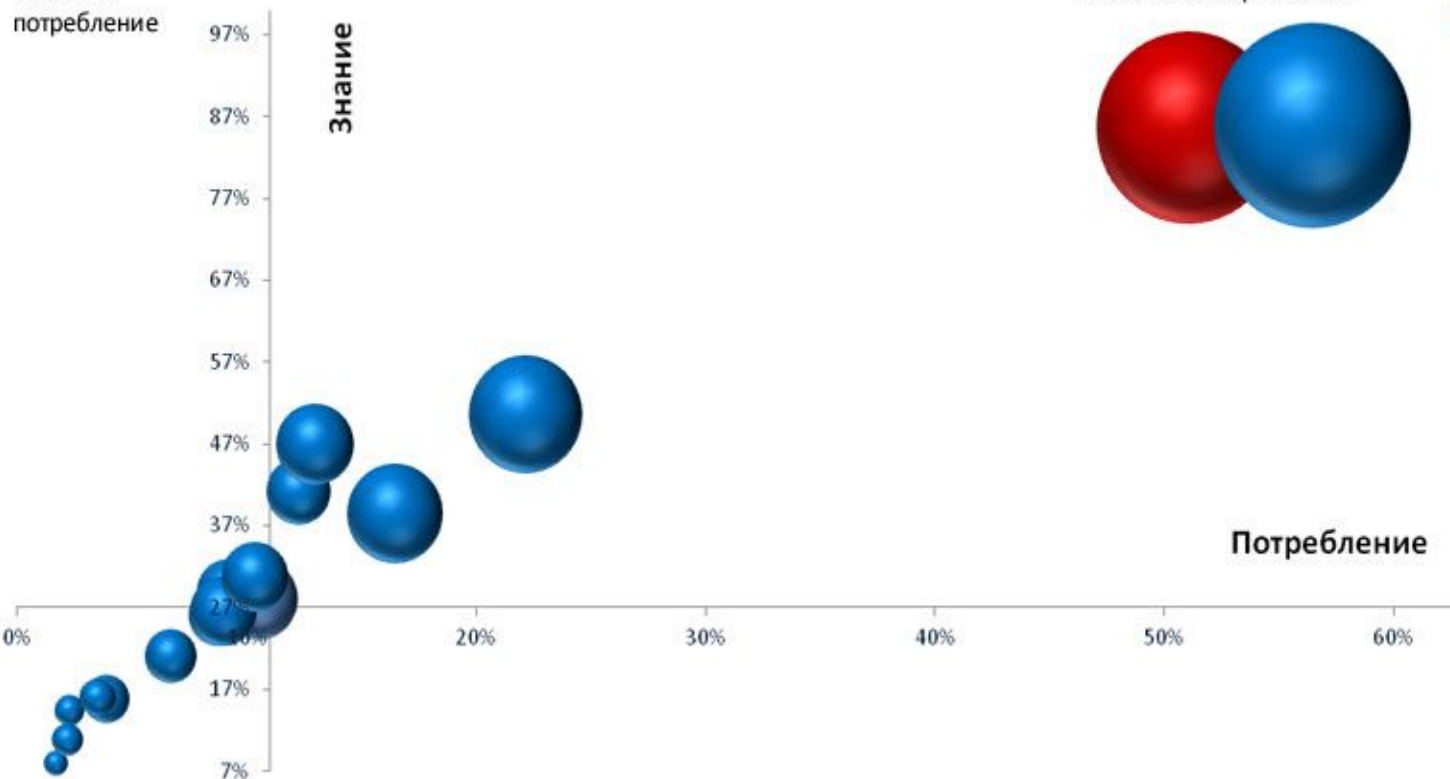
95% женского населения Казахстана в возрасте 18-60 лет, среди потребителей маргарина за последние полгода знают бренд "3 Желания"

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"

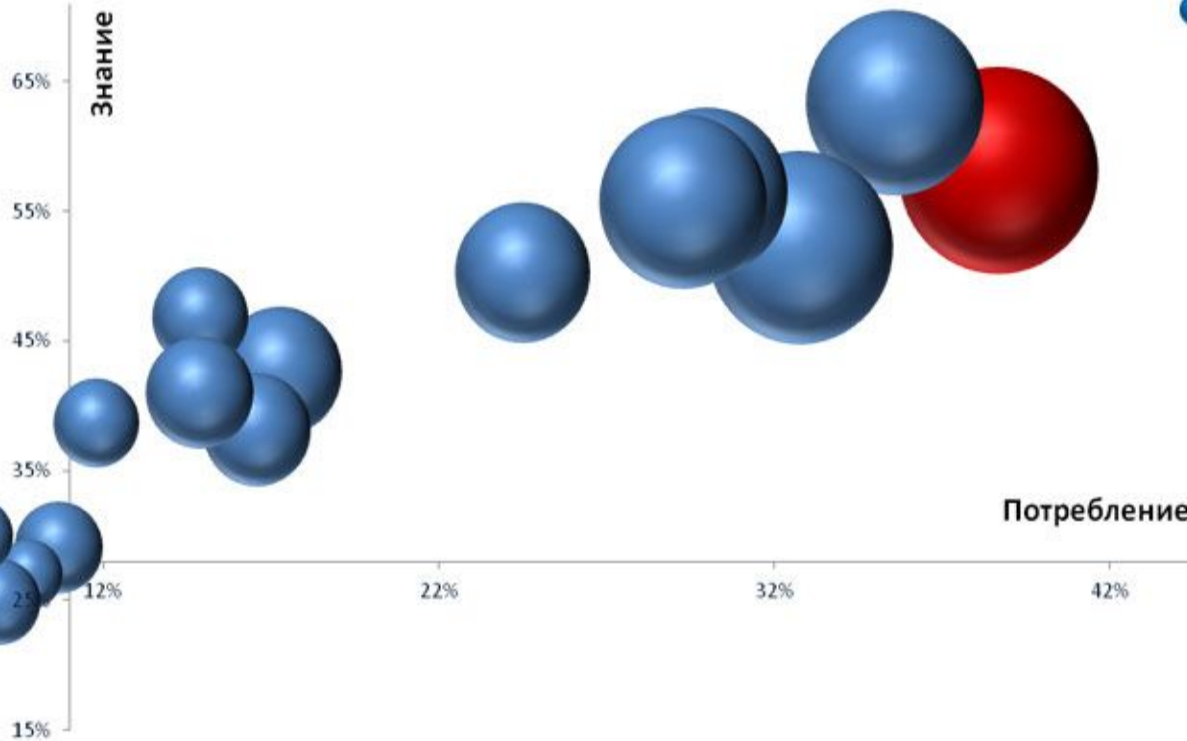
85,8% женского населения Казахстана в возрасте 18-60 лет, среди потребителей сливочного масла за последние полгода знают бренд "Златые горы"

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 низкое потребление

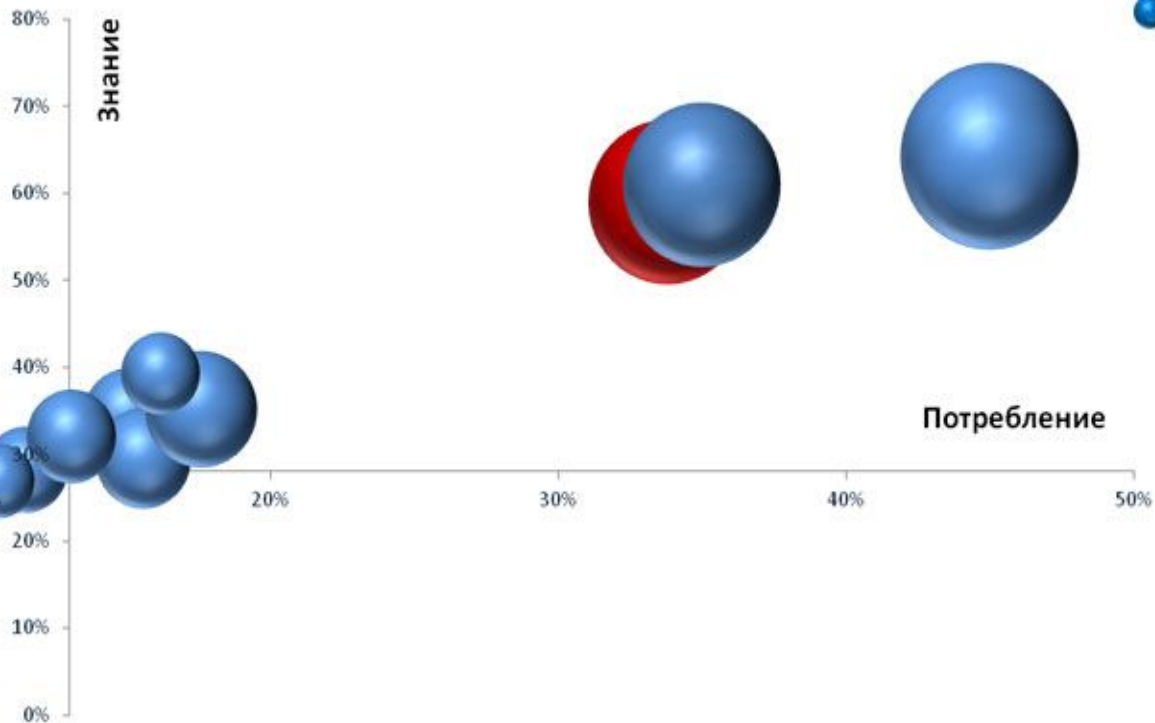
Низкое знание
и высокое потребление

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



Россия
Москва

Омск

Грузия
Тбилиси

Туркменистан
Ашхабад

Узбекистан
Ташкент

Таджикистан
Душанбе

Алматы
Бишкек
Киргизия

Китай
Пекин

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