



Маркет
Аналитика

ДЕМО-ВЕРСИЯ

**РОССИЙСКИЙ РЫНОК СНЕКОВ.
МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ
И АНАЛИЗ РЫНКА.**

Москва, март 2009



СОДЕРЖАНИЕ

СОДЕРЖАНИЕ

I. ВВЕДЕНИЕ

II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА СНЕКОВ

1. Общая характеристика рынка снеков

1.1. Понятие снеков

1.2. Показатели социально-экономического развития

1.3. Мировой рынок снеков

1.4. Смежные и влияющие рынки

Смежные рынки

Рынок пива и слабоалкогольных напитков

Рынок кондитерских изделий

Влияющие рынки

Рынок зерновых культур

Рынок картофеля

2. Структура рынка снеков

3.1. Сегментация рынка снеков по видам продукции

Картофельные чипсы

Сухарики

Орехи и сухофрукты

Рыбные снеки

Мясные снеки

3.2. Сезонность на рынке снеков

3.3. Ценовая сегментация рынка снеков и ценообразование на рынке

Основные принципы ценообразования

3. Основные количественные характеристики рынка снеков

3.1. Количественные характеристики рынка снеков

Объем и ёмкость рынка снеков

Темпы роста рынка снеков

3.2. Количественная характеристика отдельных сегментов рынка снеков



Сегмент чипсов

Сегмент сухариков

Сегмент рыбных снеков

Сегмент орехов

Сегмент сухофруктов

3.3. Резюме по разделу

4. Конкурентный анализ рынка снеков

4.1. Конкуренция на рынке снеков

4.2. Описание профилей крупнейших игроков российского рынка снеков

Frito Lay Inc. (подразделение PepsiCo Inc.)

Kraft Foods Inc. («Крафт Фудс Рус»)

ГК «Сибирский берег»

ЗАО «Бриджтаун Фудс»

Компания «Русскарт»

ОАО «Русский продукт»

Группа компаний «ЗОЛОТОЙ ТЕРЕМ»

Группа компаний «Полинекс»

«Дальпико-ДВ»

ЗАО «Московская ореховая компания»

Группа компаний «Гуд-Фуд»

Rieber & Sun ASA Group

4.3. Резюме по разделу

5. Каналы продаж на Рынке

5.1. Особенности сбытовой политики на рынке снеков

5.2. Описание розничного сегмента

5.3. Резюме по разделу

6. Анализ потребителей рынка снеков

6.1. Описание потребительского сегмента

6.2. Тенденции потребительского сегмента

7. Каналы продвижения на рынке

8. Выводы и рекомендации по исследованиям

8.3. Основные тенденции рынка снеков

8.2. PEST-анализ рынка



8.3. SWOT-анализ рынка снеков

IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ



ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

В настоящее время российский рынок снеков развивается быстрыми темпами. С одной стороны, потребление растет, так как рынок отвечает требованиям современной жизни: потребительские тенденции таковы, что потребитель уже не может тратить значительное количество времени на потребление пищи. А с другой, высокий уровень конкуренции заставляет производителей с каждым годом экспериментировать не только с новыми вкусами уже существующих видов продукции, но и включать в понятие снеки новые продуктовые категории. Так рыбные, сырные и мясные снеки, которые всего несколько лет назад были новинками на рынке, в настоящий момент стали привычными для российских потребителей.

Розничная торговля

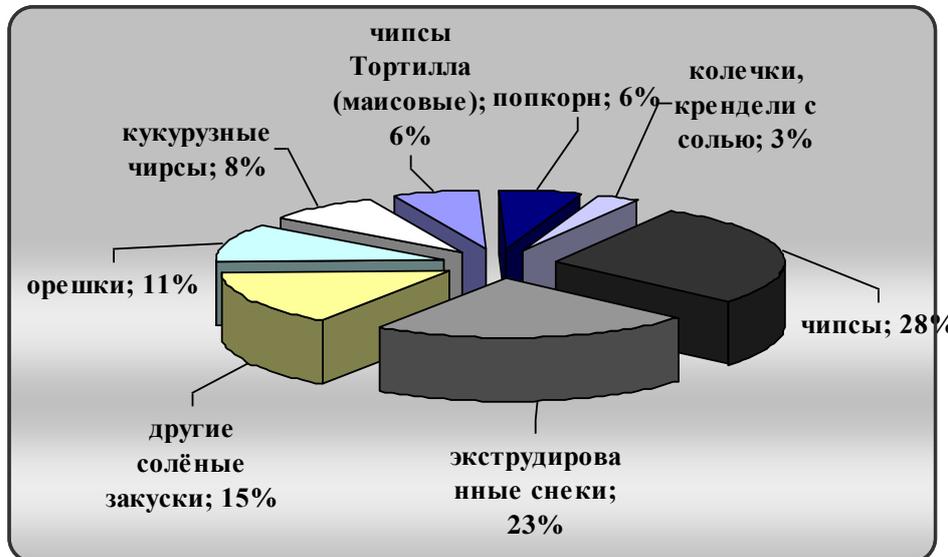
Оборот розничной торговли в январе 2009 г. составил ...мрд. рублей, что в товарной массе на ...% больше, чем в январе 2008 года. В структуре оборота розничной торговли удельный вес пищевых продуктов, включая напитки, и табачных изделий в январе 2009г. составил ... %, непродовольственных товаров - ... % (в январе 2008г. - ...% и ...% соответственно).

Мировой рынок снеков

Мировой рынок снеков продолжает постоянно расти, что вызвано образом жизни потребителей, предпочитающих «удобную» пищу в условиях нехватки времени, а также популяризацией здорового образа жизни. Всё больше и больше потребителей выбирают «здоровые» снеки, натуральные, низкокалорийные, содержащие мало жиров и много витаминов, минеральных веществ и клетчатки.



Диаграмма. Структура мирового рынка солёных снеков



Источник: <http://www.snack.ru/market/>

Смежные рынки

К смежным рынкам можно отнести следующие рынки:

- рынок пива и слабоалкогольных напитков
- рынок кондитерских изделий

Российская специфика потребления снеков заключается в том, что значительная часть солёных и сладких снеков приобретаются и употребляются с пивом и другими слабоалкогольными напитками. Поэтому такие показатели этого рынка, как объём производства и потребления, потребительские предпочтения, тенденции и другие, оказывают влияние на рынок снеков.

Культура потребления многих кондитерских изделий схожа с культурой потребления снеков, особенно это относится к кондитерским изделиям мелкой расфасовки, таким как вафли, печенье, шоколадные батончики и другие. Не случайно в Западной Европе и США понятие снеков значительно шире российского и включает все вышеперечисленные категории. Поэтому при изучении рынка снеков нельзя не затронуть категорию «сладкой» продукции.



Сегментация рынка снеков по видам продукции

Все снеки можно условно подразделить на следующие виды: сладкие и несладкие (солёные).

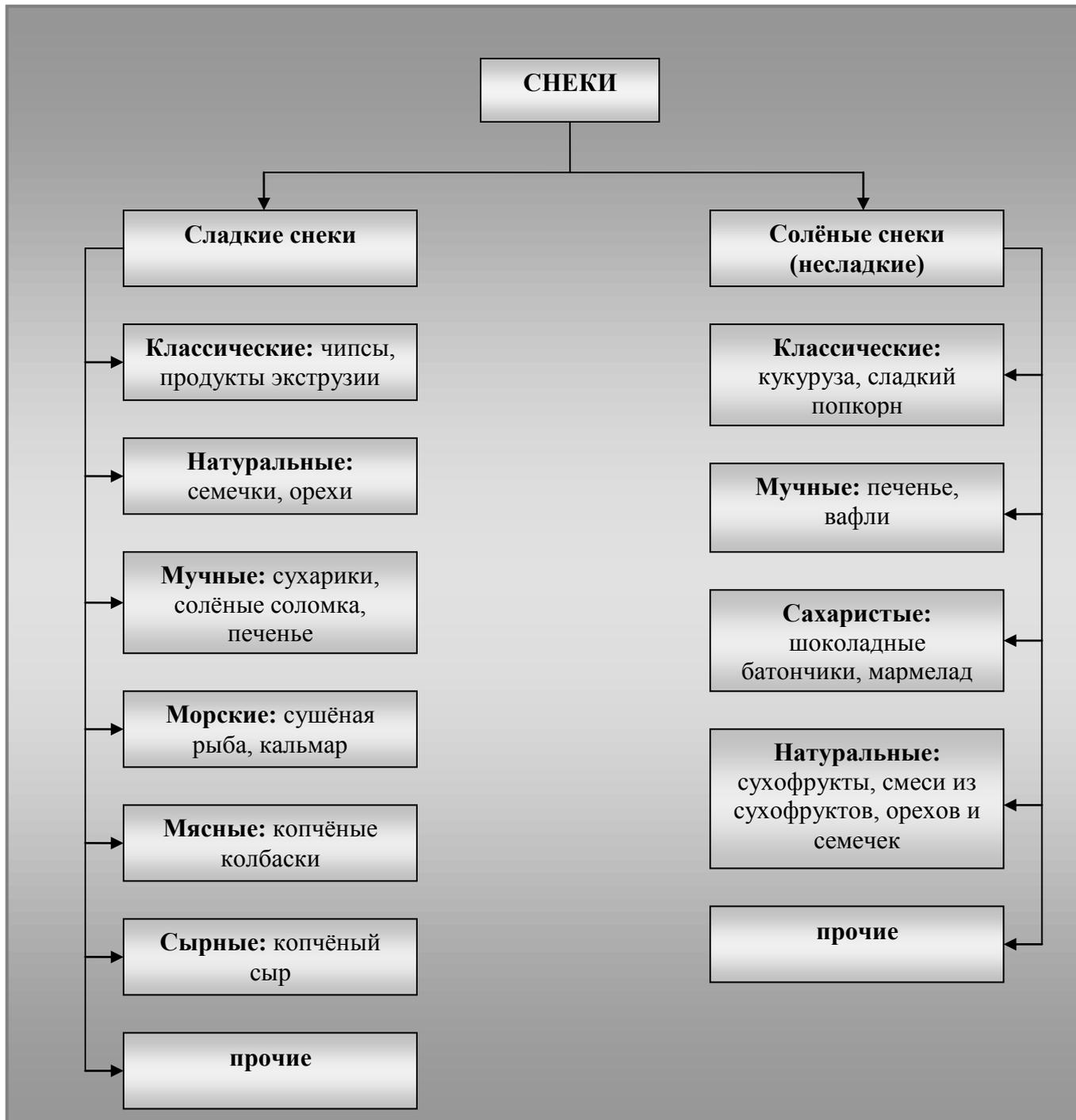
Основным мотивом приобретения сладких снеков служит желание полакомиться, съесть что-либо вкусное.

Несладкие (солёные) снеки приобретаются с целью утолить легкий голод или как полноценная закуска к пиву и другим напиткам. Товары, относящиеся к соленым снекам, объединяют следующие характеристики:

- Длительный срок хранения (около 6 месяцев);
- Обязательное наличие индивидуальной упаковки;
- Небольшой вес пакета (обычно менее 100 грамм);
- Готовность продукта к немедленному употреблению;
- Действия покупателей, которые рассматривают все эти товары как альтернативу друг другу в момент покупки.



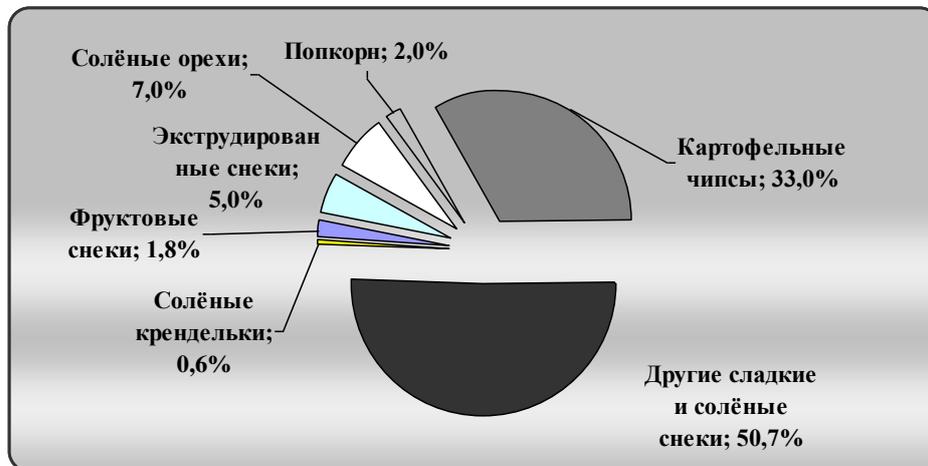
Схема. Сегментация рынка снеков



Источник: МаркетАналитика



Диаграмма. Структура рынка снеков в стоимостном выражении за 2007 г., %



Источник: Euromonitor International

По данным исследовательских компаний, в 2007 году наибольшую долю рынка снеков занимала категория «другие сладкие и солёные снеки». Второе место занимали картофельные чипсы, их доля составила 33%.

Сезонность на рынке снеков

Российский рынок снеков в большей степени, по сравнению с зарубежными рынками, подвержен влиянию сезонности. Так, апрель-май и сентябрь-октябрь становятся пиковыми периодами (начало и конец сезона, пикники и т.п.), а летом наблюдается некий спад, связанный с отпусками.

Значительная доля потребления сладких и соленых снеков в России связана с потреблением пива и слабоалкогольных напитков. Эта тенденция сохранилась и в 2008 году. Поэтому продажи снеков росли в летние месяцы и сокращались в зимние, когда падали продажи пива и прохладительных напитков.

Что же касается натуральных снеков, то их потребление наоборот падает в тёплое время года, что связано с появлением свежих овощей и фруктов.



Спрос на некоторые категории снеков, например, семечки и орехи, менее подвержен сезонным колебаниям, он всегда стабильно высок, поскольку данная категория продукции не рассматривается как альтернатива летним и осенним сезонным продуктам.

Количественные характеристики рынка снеков

Объем и ёмкость рынка снеков

По данным отраслевых агентств, объём рынка в 2007 году составил \$... млрд. По нашим прогнозам этот показатель по итогам 2008 года должен составлять около \$... млрд. Объём рынка снеков в натуральном выражении за 2008 год составил около ... млн. тонн.

Доля импортной продукции в стоимостном выражении составляет около ...%.

Таким образом, потребление снеков в 2008 году составило ... кг на человека в год. Этот показатель гораздо ниже, чем в Западной Европе. В будущем прогнозируется дальнейший рост рынка.

Потребление около ... % сладких и соленых снеков в России связано с потреблением пива и слабоалкогольных напитков. Не исключением стал и 2008 год, когда продажи снеков росли в летние месяцы и сокращались в зимние, когда падали продажи пива и прохладительных напитков.

В период с 2008 по 2012 гг. российский рынок снеков ожидает стабильный рост на уровне ...-...% в год, и к 2012 году его емкость в стоимостном выражении достигнет \$... млрд.

Конкуренция на рынке снеков

Рынок снеков – это рынок с высоким уровнем конкуренции. За главное место на рынке уже 5 лет борются два отечественных игрока «Сибирский берег» и «Бриджтаун фудс». С 2003 года «Сибирский берег» пытается увеличить свою долю на московском рынке, где «Бриджтаун фудс» контролировал тогда ...% рынка сухариков. А московская компания стала выходить на региональный рынок, где лидерство принадлежит «Сибирскому



берегу». Однако к настоящему времени это противостояние видимых результатов не принесло.

В настоящий момент в пятерке лидеров по производству картофельных чипсов остались всего два отечественных производителя: «Русский продукт» (около ...% рынка) и «РУССКАРТ» (...% рынка). Среди международных производителей чипсов лидирующие позиции на российском рынке занимают: Kraft Foods Inc. (TM Estrella) и PepsiCo Inc. / Frito Lay Inc. (TM Lay's, Ruffles).

Российский рынок сухариков консолидирован, на нем наметились явные лидеры, поэтому вход в сегмент новых игроков затруднителен.

Лидирующими игроками в сегменте сухариков выступают:

- ГК «Сибирский берег» (TM «Кириешки», «Компашки»)
- ЗАО «Бриджтаун Фудс» (TM «Три корочки»)
- ООО «К.П.Ф. «Консенсус» (TM «Емеля»)

Их совокупная доля в 2007 году составила ...% в стоимостном и натуральном выражении.

В сегменте рыбных снеков можно выделить ... игроков с долей рынка не менее ...% (в натуральном выражении).

Группа Компаний «Золотой Терем» является лидером с долей рынка ...% в натуральном выражении с существенным отрывом от конкурентов. Рынок при наличии большого количества игроков, тем не менее, существенно сконцентрирован. Четыре компании занимают ...% рынка. Тенденция увеличения доли рынка прослеживается только у лидеров. Группа Компаний «Золотой Терем» планирует увеличить свою долю до ...% к 2010 году и к 2013 году занять ...% рынка в натуральном выражении.

В сегменте экструдированных снеков ведущие позиции занимают следующие разновидности продукции и торговые марки: кукурузные палочки и шарики Cheetos (Frito Lay Inc.), сырныe шарики Nacho Cheese Balls (ООО «Русская снековая компания»), воздушные шарики «Бомбастер» (ГК «Сибирский берег»).



Таблица. Сравнительная характеристика крупнейших производителей по основным параметрам

Компания	Год основания / открытия представительства в РФ	Ассортимент продукции	Бренды	Количественные показатели деятельности	Сильные стороны	Стратегические цели и задачи / планы развития
Frito Lay Inc. (подразделение PepsiCo Inc.)						
Kraft Foods Inc. («Крафт Фудс Рус»)						
ГК «Сибирский берег»						
ЗАО «Бриджтаун Фудс»						
Компания «Русскарт»						
ОАО «Русский продукт»						
Группа компаний «ЗОЛОТОЙ ТЕРЕМ»						
Полинекс						
«Дальпико-ДВ»						
ЗАО «Московская ореховая компания»						
Группа компаний «Гуд-Фуд»						
Rieber & Sun ASA Group						

Источник: «Маркет Аналитика»



Наиболее крупными иностранными игроками на российском рынке является «Frito-Lay» и «Kraft». Эти компании являются обладателями наиболее известных брендов. «Frito-Lay» к тому же является лидером рекламного воздействия на потребителя.

Среди отечественных компаний лидерами рынка снеков являются «Сибирский берег», имеющий наибольшую долю на региональном рынке, а также наиболее известные и потребляемые бренды в сегменте сухариков и рыбных снеков, а также «Бриджтаун Фудс», ориентированный на московский рынок. Ещё одним игроком, входящим в пятёрку лидеров снекового рынка, является компания «Русскарт». «Бриджтаун Фудс» и «Русскарт» занимают значительную долю на рынке за счёт широкого ассортимента продукции.

С целью удержания своих позиций производителями снековой продукции, скорее всего, будут проводиться новые эксперименты с дизайном упаковки и рекламой для создания дополнительной ценности продуктов насыщенных сегментов. Также продолжит свое развитие направление private label, когда производители снеков будут более активно заключать контракты с розничными сетями и те смогут предлагать снековую продукцию под собственной маркой.

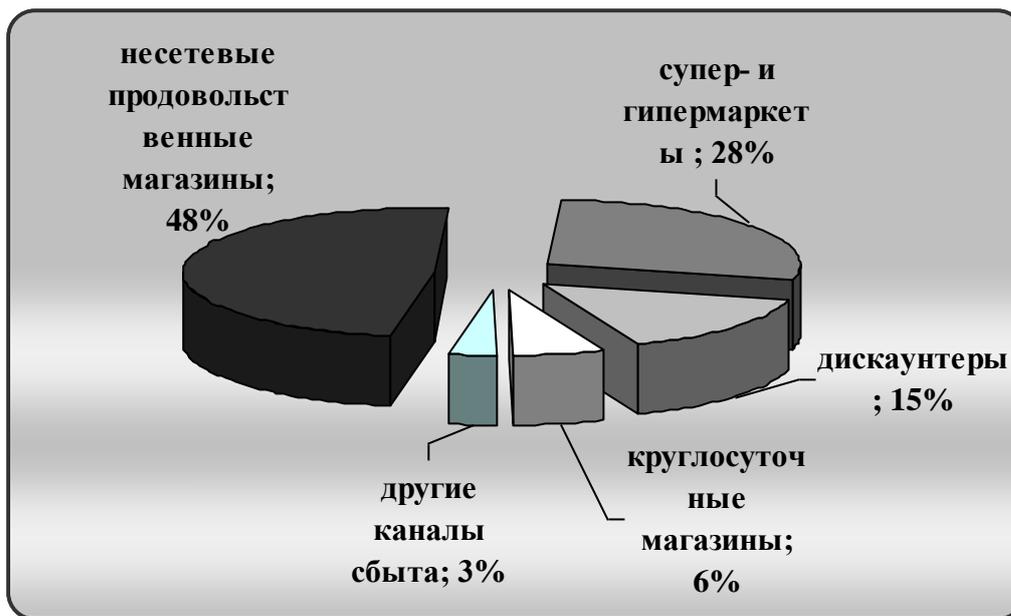
Особенности сбытовой политики на рынке снеков

Основными каналами сбыта снеков являются дилеры, дистрибьюторы, оптовые базы и рынки, торговые сети, одиночные розничные магазины. На рынке существует значительное число компаний, занимающихся поставками снеков. Сами производители розницей не занимаются в силу специфики рынка продуктов питания. Большинство компаний-производителей работают с оптовыми структурами, развивая свою дистрибьюторскую сеть. Некоторые не только сотрудничают с дистрибьюторами, но и частично организывают сбыт самостоятельно – на оптовые рынки, розничные продуктовые рынки; работают с розничными магазинами различного уровня, а также с розничными сетями. А некоторые создают представительства внутри компании.



Оптовые предприятия в основном работают с розницей – магазинами различного уровня, от торговых сетей до магазинов «районного» типа и киосков. Розницу представляют супермаркеты, гипермаркеты, небольшие продовольственные магазины, рынки и другие торговые точки.

Диаграмма. Структура сбыта на рынке снеков по данным на 2007 год, %



Источник: Euromonitor International

К концу 2007 г. совокупная доля 10 крупнейших игроков на рынке продовольственного ритейла составляла лишь ..%. По мнению отраслевых агентств, по мере активизации слияний и поглощений на фоне финансового кризиса можно ожидать усиления консолидации сетей в России.



Таблица. Крупнейшие представители продуктового ритейла по данным на 2007 год

Компания	Выручка в 2007 году, млн. долл. США	Доля среди 10 ключевых игроков	Доля в общем рынке
X5			
Метро			
Магнит			
Ашан			
Лента			
Копейка			
Дикси			
Седьмой Континент			
Виктория			
О'Кей			
Итого			

Источник: X5 Retail Group N.V

Таблица. Финансовые показатели пяти крупнейших ритейлеров по итогам 2008 года

№	Компания	Выручка, млрд. руб.	Рост за год, %
1			
2			
3			
4			
5			

Источник: <http://www.torgrus.com/?id=21889>

По данным «Ренессанс Капитал», помимо пяти крупнейших игроков российского рынка продуктового ритейла (X5, «Магнит», «Лента», «Дикси», «Седьмой Континент»), к лидирующим можно относиться «Ашан», Metro Group, ГК «Виктория».

Как правило, в области розничной торговли конкуренция идет по следующим параметрам:

- По цене продукции
- По разнообразию предоставляемой продукции



- По географическому охвату

В существующих условиях основополагающим фактором конкуренции является цена продукции.

В настоящее время развитие продуктового ритейла сильно усложняется экономическим кризисом. Представители ритейла накопили огромные долги. Но поскольку их банкротство не выгодно, ни поставщикам, ни государству, эксперты рынка считают, что сетевая розница будет поддерживаться, но за счёт представителей экономического сегмента: гипермаркетов и дискаунтеров, которых кризис практически не затронет в виду их демократичной ценовой политики.

Таблица. Сравнительная характеристика крупнейших сетевых розничных компаний в сегменте продуктового ритейла

Основные игроки	Дата основания компании	Кол-во магазинов	Формат сетей	Оборот организации, млрд. руб.	Темпы роста, %	Планы развития
X5 Retail Group N.V.						
Розничная сеть «Магнит» (ЗАО «Тандер»)						
Сеть гипермаркетов «Лента»						
Группа Компаний ДИКСИ						
ОАО «Седьмой Континент»						
Компания «Ашан»						
Metro Group						
Группа компаний «Виктория»						

Источник: МаркетАналитика



Описание потребительского сегмента

Потребление снеков в России в настоящее время, по оценкам экспертов, составляет ... килограмма в год на одного жителя, в то же время среднедушевое потребление в Западной Европе составляет 10 килограммов в год. Сохраняющаяся тенденция ускорения ритма жизни определяет потенциал развития рынка снеков в России. Поскольку такая продукция является товаром импульсного спроса, необходимо уделять внимание продвижению торговых марок. В частности, большое внимание уделяется рекламе. Причем рекламная стратегия должна разрабатываться отдельно для каждого сегмента, учитывая потребительские предпочтения и ситуации потребления.

Таблица. Характеристики потребителей различных категорий снеков

Товарная категория	Характеристика аудитории
Чипсы	•
Сухарики	•
Орешки	•
Мюсли	•
Кукурузные палочки	•

Источник: «Реформа»

В целом, у мужчин в большей степени востребованы соленые снеки как продукт, употребляемый с пивом. Сладкие снеки покупают преимущественно женщины – для себя или для детей, а также подростки в качестве лакомства.

По данным исследования компании «Решение: консалтинг и исследования рынка» наиболее популярным брендом на рынке солёных снеков является ...

Даже торговые марки с большим рекламным бюджетом, по мнению экспертов, не смогли добиться высокой лояльности потребителей. Это подтверждает и опрос потребителей в крупных городах России, проведенный специалистами различных компаний. Так, несмотря на самое высокое знание в сегменте снеков из морепродуктов (ее знают ...% потребителей снеков), торговая марка BEERка находится только на третьем месте по потреблению любителями снеков с показателем ...%, уступая торговым маркам



«Баренцев» (...% потребителей снеков потребляют данную торговую марку) и «Дальпико» (...%).

Среди **факторов, благоприятствующих** развитию рынка можно отметить следующие:

- Динамичный образ жизни в городах;
- Высокие темпы роста рынка слабоалкогольных напитков, что влечет за собой увеличение спроса на рынке снеков.

Среди **проблем**, с которыми сталкиваются производители можно отметить:

- Последствия экономического кризиса: снижение потока инвестиций в экономику России, снижение экономического роста;
- Перенасыщенность рынков в крупных городах и, соответственно, высокая конкуренция;
- Трудности общения с розничными сетями, вход в которые требует солидных денежных взносов, непосильных небольшим компаниям;
- Рост цен на некоторые виды сырья.

Спад в экономике, вызванный последствиями мирового финансового кризиса, не мог не отразиться на изучаемом рынке. В частности наиболее вероятным сценарием развития событий станет, замедление развития сегмента снеков в высокой ценовой категории и постепенное переключение спроса на недорогие, но качественные закуски. Таким образом, спрос сместится в сторону продукции в среднем и низком ценовом сегментах.



Перечень таблиц и диаграмм

- Диаграмма 1. Динамика ВВП за период 2002-2008 гг. в номинальных ценах, млрд. руб.
- Диаграмма 2. Уровень инфляции за период 2003-2008 гг.
- Диаграмма 3. Динамика среднемесячной номинально начисленной заработной платы, руб.
- Диаграмма 4. Динамика реально располагаемых денежных доходов населения в 2008-январе 2009 года, % к соответствующим периодам 2006-2007 гг.
- Диаграмма 5. Динамика численности безработных за 2008-начало 2009 гг., млн. чел.
- Диаграмма 6. Динамика оборота розничной торговли, млрд. руб.
- Диаграмма 7. Структура мирового рынка солёных снеков
- Диаграмма 8. Потребление солёных снеков на душу населения по данным на 2006 год, в кг
- Диаграмма 9. Доля России на рынке снеков Восточной Европы в стоимостном выражении, %
- Диаграмма 10. Объём и темпы роста рынка пива за период 2005-2008 гг., млн. дал.
- Диаграмма 11. Динамика потребления пива в России на душу населения, 2000-2007 гг., литры
- Диаграмма 12. Объём производства слабоалкогольных коктейлей в 2002-2007 гг., млн. дал.
- Диаграмма 13. Посевные площади всех сельскохозяйственных и зерновых культур за период 2000-2007 гг., тыс. га
- Диаграмма 14. Объём производства зерновых культур за период 2003-2007 гг., млрд. тонн
- Диаграмма 15. Удельный вес посевных площадей под зерновыми культурами, в % ко всем категориям хозяйств
- Диаграмма 16. Урожайность зерновых культур в РФ за период 2000-2007 гг.
- Диаграмма 17. Структура российского рынка картофеля
- Диаграмма 18. Удельный вес посевных площадей под картофелем, в % ко всем категориям хозяйств
- Диаграмма 19. Урожайность картофеля в РФ за период 2000-2007 гг., ц/га уборной площади
- Диаграмма 20. Структура рынка снеков в стоимостном выражении за 2007 г., %
- Диаграмма 21. Структура рынка солёных снеков в стоимостном выражении за 2007 г., %
- Диаграмма 22. Ёмкость рынка снеков в стоимостном выражении за период 2004-2008 гг.



Диаграмма 23. Динамика рынка снеков за период 2002-2008 гг. в стоимостном выражении, млн. долл.

Диаграмма 24. Темпы роста сегментов на рынке соленой снековой продукции в стоимостном выражении за 2007 год

Диаграмма 25. Прогнозные значения ежегодных темпов роста отдельных сегментов рынка снеков за период 2008-2012 (в стоимостном выражении)

Диаграмма 26. Динамика доли рынка в натуральном и стоимостном выражении за 2006-2007 гг., %

Диаграмма 27. Динамика рынка рыбных снеков в стоимостном выражении, \$ млн.

Диаграмма 28. Структура рынка рыбных снеков по объёму розничных продаж в натуральном выражении

Диаграмма 29. Динамика рынка орехов за период 2005-2007 гг. в стоимостном выражении

Диаграмма 30. Объём рынка фруктовых снеков в стоимостном и натуральном выражении в 2006-2007 гг.

Диаграмма 31. Структура рынка чипсов (доли рынка в стоимостном выражении)

Диаграмма 32. Совокупная доля трёх ведущих игроков российского рынка сухариков в 2006-2007 гг. в стоимостном и натуральном выражении

Диаграмма 33. Место ведущих брендов на рынке сухариков по знанию и потреблению

Диаграмма 34. Доли ведущих игроков на рынке рыбных снеков в натуральном выражении

Диаграмма 35. Доля потребителей топ-5 смесей сухофруктов с орехами

Диаграмма 36. Структура сбыта на рынке снеков по данным на 2007 год, %

Диаграмма 37. Динамика продуктового ритейла за период 2006-2008 гг., трлн. руб.

Диаграмма 38. Структура продуктового ритейла по показателю оборота

Диаграмма 39. Структура сетевой розницы за период 2004-2007 гг.

Диаграмма 40. Уровень знания марок на московском рынке солёных снеков

Таблица 1. Сравнительная характеристика крупнейших производителей по основным параметрам

Таблица 2. Крупнейшие представители продуктового ритейла по данным на 2007 год

Таблица 3. Финансовые показатели пяти крупнейших ритейлеров по итогам 2008 года

Таблица 4. Сравнительная характеристика крупнейших сетевых розничных компаний в сегменте продуктового ритейла

Таблица 5. Характеристики потребителей различных категорий снеков



Таблица 6. PEST-анализ российского рынка снеков

Таблица 7. SWOT-анализ для компании, выходящей на рынок

Таблица 8. SWOT-анализ для сильного игрока, давно существующего на рынке

Таблица 9. SWOT-анализ для компании, работающей в нише

Схема 1. Сегментация рынка снеков

Схема 2. Цепочка движения продукции на рынке снеков