



Маркет
Аналитика

**ДЕМО-ВЕРСИЯ
РОССИЙСКИЙ РЫНОК СНЕКОВ
МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РЫНКА**

Москва, сентябрь 2013



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. Влияющие рынки
 - Рынок зерновых культур
 - Рынок картофеля
- 1.4. Смежные рынки
 - Рынок пива
 - Рынок кондитерских изделий
- 1.5. Резюме по разделу

2. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА СНЕКОВ

- 2.1. Сегментация Рынка по видам продукции
- 2.2. Ценообразование и ценовая сегментация Рынка
- 2.3. Сезонность на Рынке
- 2.4. Резюме по разделу

3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА СНЕКОВ

- 3.1. Объем и темпы роста рынка
- 3.2. Количественные характеристики отдельных сегментов рынка
 - Сегмент чипсов



- Сегмент сухариков
- Сегмент рыбных снеков
- Сегмент орехов
- Сегмент сухофруктов

3.3. Резюме по разделу

4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА СНЕКОВ

- 4.1. Уровень конкуренции, параметры конкуренции
- 4.2. Описание профилей крупнейших игроков Рынка

Frito Lay Inc. (подразделение PepsiCo Inc.)

Mondelēz International (KraftFoodsInc)

«КДВ Групп»

Компания «Русскарт»

ОАО «Русский продукт»

ЗАО «Московская ореховая компания»

ГК «Гуд-Фуд»

Rieber & Sun ASA Group

4.3. Резюме по разделу

5. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ СНЕКОВ

- 5.1. Особенности сбытовой политики на Рынке
- 5.2. Описание розничного сегмента
- 5.3. Основные каналы продвижения на рынке
- 5.4. Резюме по разделу

6. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА СНЕКОВ

- 6.1. Описание потребителей на Рынке
- 6.2. Потребительские предпочтения на Рынке
 - Сушеные рыбопродукты



Чипсы

Сухарики

Ореховые смеси и сухофрукты

Шоколадные батончики

Семечки

6.3. Резюме по разделу

7. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

7.1. Основные тенденции Рынка

7.2. STEERPLE-анализ рынка

7.3. Риски и барьеры при выходе на рынок

IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ



ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Цель исследования

Изучение и анализ российского рынка снеков: текущей ситуации, тенденций и перспектив его развития с учётом влияния кризиса

Задачи исследования

- Определить количественные показатели рынка
- Провести сегментацию и описать структуру рынка
- Дать характеристику сегментам рынка
- Провести конкурентный анализ рынка
- Провести анализ потребителей рынка
- Описать риски, связанные с рынком
- Описать тенденции рынка, а также факторы, влияющие на развитие рынка
- Выявить перспективы развития рынка

Предмет исследования

Российский рынок снеков (далее Рынок)

Методы сбора данных

Данное исследование было проведено кабинетным методом, который предполагает получение вторичной информации о рынке из открытых источников, а также консолидации уже имеющихся сведений об изучаемом рынке.

Источники информации

В качестве источников информации об изучаемом рынке были использованы следующие открытые источники:

- информационно-аналитические порталы, посвященные изучаемому рынку
- открытые статистические данные



Маркет
Аналитика

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

- данные государственной статистики и электронные базы данных
- аналитические обзоры, включая профессиональные издания (СМИ)
- сайты поставщиков изучаемых услуг



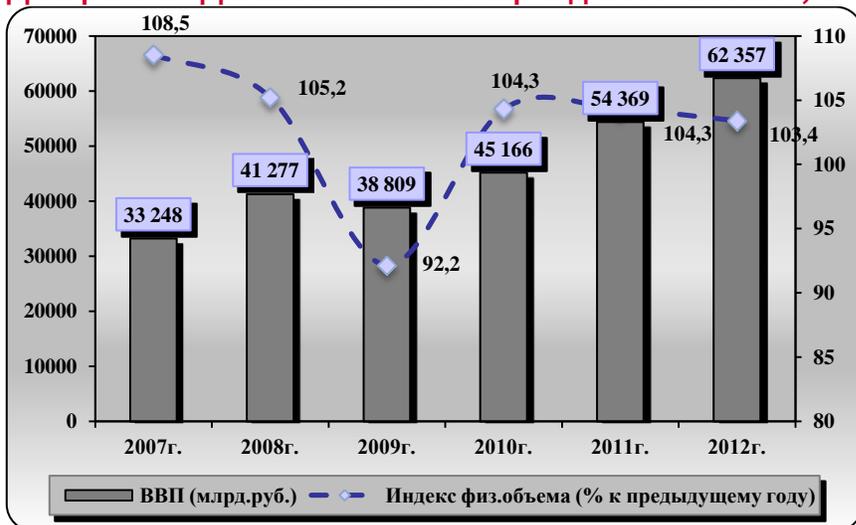
III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА СНЕКОВ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА СНЕКОВ

Внутренний валовой продукт (ВВП)

По данным «ФСГС РФ», объем **ВВП** России за 2012г. составил в текущих ценах ... млрд.руб. Индекс физического объема ВВП относительно 2011г. составил *****%. Индекс-дефлятор ВВП за 2012г. по отношению к ценам 2011г. составил *****%.

Диаграмма. Динамика ВВП за период 2007-2012гг., в текущих ценах, млрд. руб.



Источник:

1.1. Влияющие рынки



1.2. Смежные рынки

Рынок пива

По данным «ФСГС РФ», пятый год подряд в России наблюдается сокращение объемов производства пива. Так, в 2012г. производство пива снизилось на *% до отметки в ... млн.дал.

Диаграмма. Динамика производства пива в РФ за 2007-2012г.г., млн.дал

.....

Источник:

.....

Рынок кондитерских изделий

Наиболее емким сегментом рынка являются конфеты глазированные шоколадом и печения, на долю которых приходится 21% и 20% общего объема рынка кондитерских изделий.

Диаграмма. Структура рынка кондитерских изделий в 2012г., %

.....

Источник:

.....



2. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА СНЕКОВ

2.1. Сегментация Рынка по видам продукции

Схема. Сегментация рынка снеков

.....

Источник:

.....

Диаграмма. Структура Рынка снеков в 2012г., в натуральном выражении, %

.....

Источник:

По оценке Nielsen, на долю чипсов приходится **% рынка **соленых снеков** в натуральном выражении и **% в стоимостном выражении.

Диаграмма. Структура рынка соленых снеков, %

.....

Источник:

На втором месте, по объему рынка в натуральном выражении, находятся сухарики с долей в **%, тогда как в стоимостном выражении сухарики уступают второе место рыбным снекам – **%.

2.2. Ценообразование и ценовая сегментация Рынка

.....

2.3. Сезонность на Рынке

.....



3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА СНЕКОВ

3.1. Объем и темпы роста рынка

По данным Euromonitor International, объем российского рынка снеков в 2012г., **в натуральном выражении**, составил около ... **тыс. тонн**, что на *% больше, чем в 2011г. Согласно прогнозам экспертов в ближайшее время среднегодовой прирост на рынке снеков составит около *% в натуральном выражении.

Диаграмма. Динамика рынка соленых и сладких снеков в РФ за 2008-2012г.г., тыс.тонн

.....
Источник:

По итогам 2012г. большинство сегментов отечественного рынка продемонстрировали рост на уровне *-*%.

Диаграмма. Объем рынка снеков в 2008-2012г.г. и прогноз на 2015г., млрд.руб.

.....
Источник:

3.2. Количественные характеристики отдельных сегментов рынка

Сегмент чипсов

Чипсы – самый популярный снек. Как мы уже отмечали, на долю данного сегмента приходится около **% рынка снеков в натуральном выражении. Эксперты по-разному оценивают границы сегмента, так по данным Euromonitor International в 2012г. объем рынка чипсов составил ... тыс.тонн, что на *% превышает показатели 2011г.



Диаграмма. Объем рынка чипсов в 2009-2012г.г., тыс. тонн

.....

Источник:

.....

Сегмент сухариков

.....

Сегмент рыбных снеков

.....

Сегмент орехов

.....

Сегмент сухофруктов

.....



4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА СНЕКОВ

4.1. Уровень конкуренции, параметры конкуренции

-

На долю представленных компаний приходится около **% Рынка. По оценке экспертов, доля «КДВ Групп» составляет **-%.

Диаграмма. Крупнейшие производители снеков в РФ, %

.....
Источник:

Производство чипсов сконцентрировано в центре и на юге России.

Диаграмма. География производства чипсов в России, %



Источник:

Московская область занимает более **% всего производства чипсов в России, около **% приходится на Ростовскую область.

.....

4.2. Описание профилей крупнейших игроков Рынка



Frito Lay Inc. (подразделение PepsiCo Inc.)

www.fritolay.ru

О компании

FritoLayInc. – компания, входящая в состав PepsiCo, первой из западных производителей чипсов открыла собственный заводом в России. Сегодня Frito-Lay – один из лидеров отечественного рынка.

Стратегия: укрепление ведущих позиций путем развития производственной и сырьевой базы.

Тактика: высокая маркетинговая активность — даже конкуренты признают, что компания является лидером по share of voice, то есть рекламного воздействия на потребителя. Экономия на логистических операциях благодаря близости подмосковного завода к основному рынку сбыта: чипсы Lay’s стоят в среднем на 5% дешевле, чем схожая по качеству продукция основного конкурента Kraft Foods.

Проблемы: недостаток в России качественного сырья для изготовления чипсов стандарта Lay’s ограничивает производственный потенциал. Компания вынуждена повышать эффективность своих партнеров, российских фермеров, урожайность у которых в среднем в три-четыре раза меньше, чем у зарубежных коллег.

Продуктовый портфель

- сухие завтраки
- картофельные чипсы
- экструдированные снеки
- сухарики

Портфель брендов

- Lay’s



- Cheetos
- «ХрусTeam»

География

Россия

Показатели деятельности

.....

Планы развития

-

Mondelēz International (KraftFoodsInc)

www.mondelezinternational.com

О компании

Компания «Крафт Фудс Рус» является частью компании Kraft Foods Inc., второго в мире производителя упакованных пищевых продуктов с годовым объемом продаж свыше \$37 млрд. Многие марки компании являются мировыми лидерами в своих категориях, в том числе сыр Kraft, сливочный сыр Philadelphia, кофе Jacobs и Maxwell House, печенье и крекеры Nabisco, шоколад Milka.

В России представительство компании было открыто в 1994 году. В 2000 году на территории Ленинградской области был построен завод по упаковке кофе. С 1 января 2002 года компания Kraft Foods стала владельцем российского подразделения компании Stollwerck, одного из крупнейших и старейших предприятий по производству кондитерских изделий в Европе. С этим приобретением российская компания получила современное производство шоколада в г. Покров Владимирской области, построенное в 1997 году, и популярные бренды. Это позволило «Крафту» выйти на 2-е место на шоколадном рынке страны.



Цель компании – стать бесспорным лидером в области производства продуктов питания.

В августе 2011г. было объявлено о разделении Kraft Foods на две независимые компании:

- Mondelez International в которую выделено производство сэндвичей (шоколад Milka, Cadbury, жевательная резинка, печенье и др.)
- Kraft Foods Group – компания по производству базовых продуктов питания (макароны, сыр, мясо, десерты, соусы, напитки).

Продуктовый портфель

- картофельные чипсы
- кофе
- шоколад

Портфель брендов

- Estrella
- Carte Noire, Jacobs и Maxwell House,
- Alpen Gold, Каруна, Воздушный, Milka, Toblerone, Чудныйвечер

География

Kraft Foods производит и продает свою продукцию в 155 странах мира. Сегодня Mondelez International в России - это кондитерская фабрика в Покрове Владимирской области, завод полного цикла по производству растворимого сублимированного кофе и завод по упаковке кофе в Ленинградской области, центральный офис в Москве и 20 региональных торговых представительств.

Из других стран бывшего СССР и Восточной Европы «Крафт Фудс» активно присутствует на Украине, в Литве, Болгарии, Польше, Румынии, Чехии, Словакии, Венгрии.



Показатели деятельности

-

Планы развития

-

.....

Таблица. Сравнительная характеристика крупнейших производителей по основным параметрам

Название компании	Дата основания	Ассортимент продукции	Бренды	Показатели деятельности	Сильные стороны	Планы развития
<i>Frito Lay Inc. (подразделение PepsiCo Inc.)</i>						
<i>Mondelēz КДВ Групп</i>						
<i>Компания «Русскарт»</i>						
<i>ОАО «Русский продукт»</i>						
<i>ЗАО «Московская ореховая компания»</i>						
<i>Группа компаний «Гуд-Фуд»</i>						
<i>Rieber & Sun ASA Group</i>						

Источник:

5. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ СНЕКОВ

5.1. Особенности сбытовой политики на Рынке

Схема. Цепочка движения товара на Рынке

.....

Источник:

.....

Поскольку снеки – товар импульсного спроса, на изучаемом рынке существуют особенности и в выборе каналов продаж для снековой продукции. Так, помимо современных каналов торговли, для снеков важны киоски, ларьки и обычные продовольственные магазины. По данным Euromonitor International, основным каналом сбыта снековой продукции является сетевая продуктовая розница и другие продуктовые ритейлеры (по **% соответственно).

Диаграмма. Основные каналы сбыта на рынке снеков, %

.....

Источник:

Замыкают тройку – независимые магазины – **%.

5.2. Описание розничного сегмента

.....

5.3. Основные каналы продвижения на рынке

.....

Далее рассмотрим **распределение рекламных объемов** внутри категории снеков. Согласно данным компании «Гиперком», в категории сладких снеков основным двигателем являются сухофрукты, доля которых составляет чуть более **%. Основной движущей силой в



категории соленых снеков являются чипсы, на которые приходится ****% общего объема рекламы внутри категории несладких снеков.

Диаграмма. Распределение объемов рекламы внутри категории несладких снеков в 2012г., %

.....

Источник:

Доля рекламы собственных брендов торговых сетей составляет почти **% всего объема рекламы снеков в каталогах 2012г.

Диаграмма. Распределение рекламы внутри категорий несладких снеков по производителям в 2012г., число сообщений в каталогах

.....

Источник:

Остальные **% рекламного рынка приходится на рекламу отечественных и иностранных производителей, среди которых лидируют PepsiCo и Mondelez International (бывшая Kraft Foods).



6. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА СНЕКОВ

6.1. Описание потребителей на Рынке

.....

6.2. Потребительские предпочтения на Рынке

Потребление снеков в России в настоящее время, по оценкам экспертов, составляет ... кг в год на одного жителя, в то же время среднедушевое потребление в Западной Европе - ... кг, а в США – около ... кг.

Диаграмма. Среднедушевое потребление снеков в различных регионах, 2012г. (кг)

.....

Источник:

.....

Диаграмма. Тренды в поведении потребителей

Тренды	Описание	Продукция	Результат
Возможность «есть на ходу»			
Стремление к разнообразию			
Ориентация на здоровое питание			

Источник:

По мнению экспертов рынка, самые активные потребители снеков - молодые мужчины и женщины в возрасте от ... до ... лет.

Таблица. Характеристики потребителей различных категорий снеков

Товарная категория	Характеристика аудитории
Чипсы	•
Сухарики	•



Орешки	•
Мюсли	•
Кукурузные палочки	•

Источник:

7. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

7.1. Основные тенденции Рынка

-

7.2. STEEPLE-анализ рынка

S	Социальные факторы
•	(-)
•	(-)
•	(+)
•	(-)
T	Технологические факторы
•	(+)
•	(-)
E	Экономические факторы
•	(+)
•	(-)
•	(+)
E	Факторы окружающей среды
•	(-)
P	Политические факторы
•	(+)
•	(-)
L	Правовые факторы
•	(-)
•	(-)
E	Этические факторы
•	(-)

Источник:



Таким образом, среди **факторов, благоприятствующих** развитию рынка можно отметить следующие:

-

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

-

7.3. Риски и барьеры при выходе на рынок

Таблица. SWOT-анализ для компании, выходящей на рынок

Возможные сильные стороны компании	Возможности компании во внешней среде
Возможные слабые стороны компании	Барьеры выхода компании на рынок

Источник:

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

Возможные сильные стороны компании	Возможности компании во внешней среде
Возможные слабые стороны компании	Риски компании во внешней среде

Источник:

Таблица. SWOT-анализ для компании, работающей в нише

Возможные сильные стороны компании	Возможности компании во внешней среде

Источник:

Таким образом, **барьерами** для выхода на рынок нового игрока могут стать следующие факторы:

.....



Рисками для компаний, существующих на рынке, могут стать:

-

По поводу приобретения готовых маркетинговых исследований компании «Маркет Аналитика» обращайтесь по указанным контактам.

Контактная информация:

Телефон: +7 (495) 720-13-80

E-mail: info@marketanalitika.ru

WWW.MARKETANALITIKA.RU