

АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ ПО МАРКЕТИНГОВОМУ ИССЛЕДОВАНИЮ

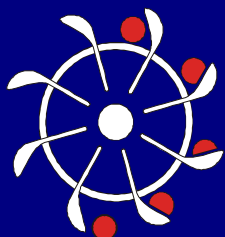
АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА СНЕКОВ И СУХИХ ЗАВТРАКОВ (ОБНОВЛЕНИЕ)

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

**Дата выпуска отчета:
апрель 2007 г.**

Данное исследование подготовлено MA Step by Step исключительно в информационных целях. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. MA Step by Step не дает гарантии точности и полноты информации для любых целей. Информация, содержащаяся в исследовании, не должна быть прямо или косвенно истолкована покупателем, как рекомендательная к вложению инвестиций. MA Step by Step не несет ответственности за убытки или ущерб, причиненный вследствие использования информации исследования третьими лицами, а так же за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Данные материалы не могут распространяться без разрешения MA Step by Step.

г. Москва



**STEP BY STEP
МАРКЕТИНГОВОЕ
АГЕНТСТВО**

ОГЛАВЛЕНИЕ

ОГЛАВЛЕНИЕ.....	2
Аннотация	3
Цель и задачи исследования.....	3
Описание исследования.....	3
Полное содержание исследования	5
Список диграмм	9
Список таблиц	11
Выдержки из исследования.....	12
Ценовое сегментирование Продукции	13
Крупнейшие игроки на рынке снэковой продукции.....	17
Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими розничными компаниями	19

АННОТАЦИЯ

Цель и задачи исследования

Цель исследования: анализ российского рынка снеков и сухих завтраков.

Задачи исследования:

- описать макроэкономическую конъюнктуру рынка;
- произвести сегментацию рынка, описать основные рыночные сегменты;
- определить емкость рынка;
- изучить систему ценообразования на рынке;
- выявить инвестиционную привлекательность рынка;
- описать инфраструктуру рынка;
- выявить основные тенденции рынка;
- выявить и описать основных производителей;
- провести конкурентный анализ производителей;
- произвести сегментацию потребителей;
- исследовать показатели, характеризующие интенсивность потребления продукции

ОПИСАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Методы проведения исследования:

Кабинетное исследование.



Кол-во страниц: 132

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 17 диаграмм, 17 таблиц, 2 схемы.

ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Введение

Методологическая часть

Описание типа исследования

Объект исследования

Цели и задачи исследования

География исследования

Время проведения исследования

Методы сбора данных

Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок

Показатели социально-экономического развития

Описание отрасли

Основные стандарты отрасли

Рынок продуктов быстрого питания

Сегментация продуктовой линейки

Тенденции различных сегментах Продукции

Основные количественные характеристики Рынка

Описание смежных Рынков

Рынок йогуртов

Рынок замороженных продуктов

Краткое описание влияющих рынков

Сырьевые рынки

Сегментация и структура Рынка по основным видам Продукции

Определение продукции

Картофельные чипсы

Сухарики

Орешки

Рыбные снэки

Рынок готовых завтраков

Ценовое сегментирование Продукции

Тенденции в различных сегментах Продукции

Тенденции в сегментах различных видов Продукции

Основные количественные характеристики Рынка

Объем и емкость Рынка

Темпы роста Рынка

Влияние сезонности на Рынок

Сбытовая структура Рынка

Цепочка движения товара

Краткое описание основных сегментов участников Рынка

Производители Продукции

Розничный сектор

Основные принципы ценообразования

Резюме

Объемы импорта и экспорта

Импорт продукции

Объемы импорта

Основные страны-импортеры

Основные компании-импортеры

Основные виды импортируемой продукции

Экспорт продукции

Объемы экспорта

Основные страны-экспортеры

Основные компании-экспортеры

Основные виды экспортируемой Продукции

Крупнейшие игроки на рынке снековой продукции

ГУП Московский пищевой комбинат «Крекер» (г. Москва)

ОАО «Русский продукт» (г. Москва)

К.П.Ф. «Консенсус» (г. Москва)

ПТХ «Русский картофель» (г. Москва)

ООО «Бриджтаун Фудс» (г. Москва)

Nestle

ООО «Торговая фирма «Сибирский Берег» (г. Новосибирск)

ЗАО Фабрика "Золотые купола" (Московская обл.)

ЗАО «Московская Ореховая Компания» (г. Москва)

ООО «Меридиан Плюс» (г. Москва)

ООО "Дальпико-Рыбсервис" (г. Владивосток)

«Быстров»

«Vaasan&Vaasan»

«United Bakers»

Myllyn Paras

Сравнительная характеристика крупнейших производителей по основным параметрам

Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями Продукции

Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора

Сегментация основных каналов розницы

Основные параметры конкуренции

Сравнительная характеристика крупнейших розничных компаний. Описание профилей крупнейших компаний

Сравнительная характеристика крупнейших сетевых розничных компаний по основным описательным параметрам

Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими розничными компаниями

Анализ потребителей

Структура потребления продукции

Потребительские мотивации и поведение при покупке Продукции или Услуги

Потребительские предпочтения по: видам, маркам Продукции или Услуги

Готовые завтраки

Хлебцы

Сухарики

Чипсы

Структура потребления Продукции по брендам

Основные тенденции в потребительском сегменте

Обобщающие выводы и рекомендации

Факторы, благоприятствующие/сдерживающие развитие Рынка

Сдерживающие факторы Рынка/анализ рисков

Тенденции Рынка

Тенденции в ассортименте Продукции

Тенденции по основным количественным показателям Рынка

Тенденции на конкурентном поле

Общие выводы по отчету

Приложение

СПИСОК ДИГРАММ

Диаграмма 1. Объем рынка йогуртов в 2004-2005гг., в стоимостном выражении, \$ млн.

Диаграмма 2. Развитие рынка йогуртов

Диаграмма 3. Доли различных видов Продукции на Рынке в % выражении, 2005 г.

Диаграмма 4. Новые сегменты сэзков и готовых завтраков, в %, 2004 г.

Диаграмма 5. Доля сетевых операторов на рынке розничной торговли продуктами питания, в %

Диаграмма 6. Основные страны-импортеры кукурузных изделий в натуральном выражении, в %.

Диаграмма 7. Основные страны-импортеры хлебцев в натуральном выражении, в %.

Диаграмма 8. Основные страны-импортеры сухариков в натуральном выражении, в %.

Диаграмма 9. Основные страны экспортеры кукурузных изделий в натуральном выражении, в %.

Диаграмма 10. Основные страны экспортеры хлебцев в натуральном выражении, в %.

Диаграмма 11. Основные страны экспортеры хлебобулочной сэковой продукции в натуральном выражении, в %.

Диаграмма 12. Доли игроков на рынке рыбных сэзков, в стоимостном выражении, в %.

Диаграмма 13. Частота потребления сэзков, в %

Диаграмма 14. Факторы, влияющие на выбор сэзков, в %



Диаграмма 15. Наиболее потребляемые виды сэзков, в %

Диаграмма 16. Предпочитаемые вкусы сухариков, в %

Диаграмма 17. Предпочитаемые вкусы чипсов, в %

СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. Основные количественные показатели рынка снеков, 2006 г.

Таблица 2. Основные страны-импортеры снековой продукции, в долл.

Таблица 3. Основные компании-импортеры кукурузных изделий, в долл.

Таблица 4. Основные компании-импортеры хлебцев, в долл.

Таблица 5. Основные компании-импортеры хлебо-булочной снековой продукции, в долл.

Таблица 6. Основные виды импортируемой продукции.

Таблица 7. Основные страны-экспортеры снековой продукции, в долл.

Таблица 8. Основные компании-экспортеры кукурузных изделий, в долл.

Таблица 9. Основные компании-экспортеры хлебцев, в долл.

Таблица 10. Основные компании-экспортеры хлебобулочных снеков, в долл.

Таблица 11. Основные виды экспортируемой продукции.

Таблица 12. Сравнительная характеристика крупнейших производителей по основным параметрам

Таблица 13. Основные игроки рынка

Таблица 14. Возрастные категории потребителей снеков

Таблица 15. Предпочитаемая емкость упаковки для снеков

Таблица 16. STEP-анализ

Таблица 17. Возможные риски, связанные с Рынком

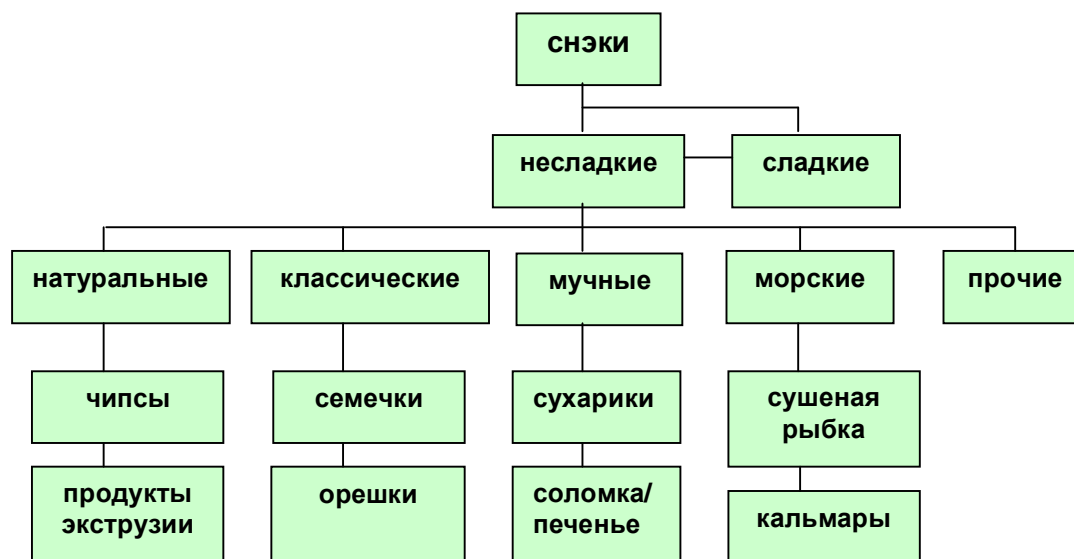
ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

В рамках исследования под **снеками** будут пониматься «легкие закуски», продукты для быстрого утоления голода, включающие в себя разнообразные чипсы, хрустящие хлопья, ржаные сухарики, орешки, сухофрукты, мюсли, сушеные морепродукты и пр.

Результаты данного исследования будут представлять интерес для:

- Производителей, поставщиков и представителей розничной торговли;
- Инвесторов;
- Консалтинговых, маркетинговых и рекламных агентств.

СХЕМА 1. КЛАССИФИКАЦИЯ СНЕКОВ



Источник: Market Advice

Товары, относящиеся к несладким снекам, объединяют не только товарные атрибуты - длительный срок хранения (около 6 мес), обязательное наличие индивидуальной упаковки, небольшой вес пакета (обычно менее 100 г), готовность продукта к немедленному употреблению, но и действия покупателей,

которые рассматривают все эти товары как альтернативу друг другу в момент покупки.

ЦЕНОВОЕ СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПРОДУКЦИИ

По стоимости продукцию Рынка можно разделить на:

- premium сегмент,
- средний (mass-market) сегмент,
- дешевый сегмент.

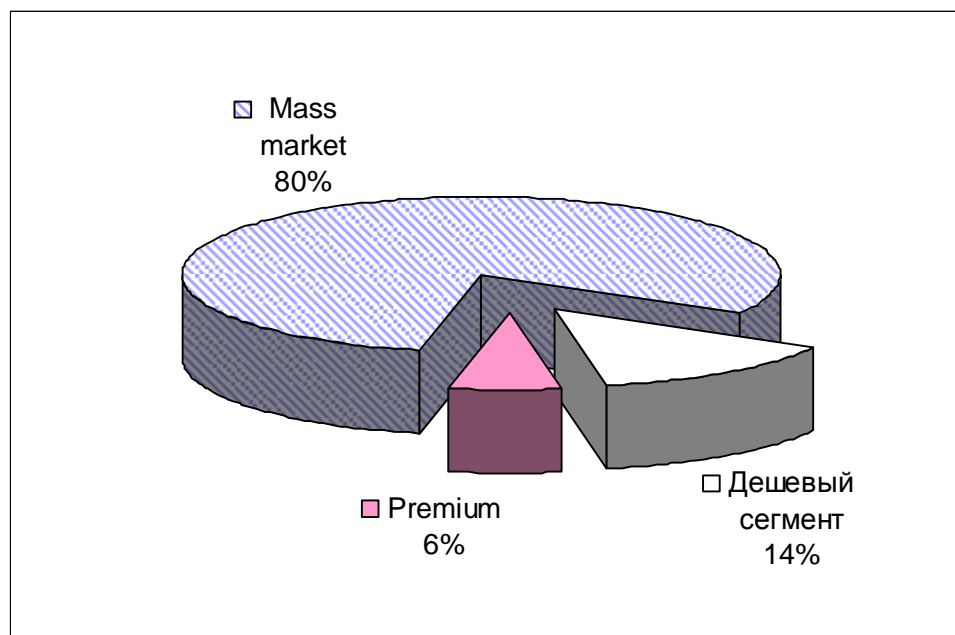
Российский рынок в основном представлен продукцией среднего ценового сегмента.

К классу premium можно отнести в основном импортную продукцию. Ее доля невелика. Данный сегмент является ненасыщенным. Данный сегмент можно в 5-7% от рынка.

Сегмент mass-market является самым развитым, но уже тормозящим в общем развитии рынка. Его объем приблизительно 80% от доли рынка.

Дешевая продукция – товары с низкими вкусовыми качествами, либо мало соответствующие понятию «быстрый».

ДИАГРАММА 1. НОВЫЕ СЕГМЕНТЫ СНЭКОВ И ГОТОВЫХ ЗАВТРАКОВ, В %, 2004 г.



Источник: данные Allmedia.ru

На сегодняшний день ситуация изменилась незначительно. В целом, на рынке мало освоен сегмент premium, что требует дополнительных инвестиций и создания соответствующего ассортимента. В основном производитель ориентируется на массового потребителя, что и вызывает устойчивый рост сегмента mass-market.

ТАБЛИЦА 1. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ РЫНКА СНЕКОВ, 2006 г.

Рынок/сегмент	В стоимостном выражении			В натуральном выражении, тыс. тонн		
	2006 г.	Прогноз на 2007 г.	Темп роста	2006 г.	Прогноз на 2007 г.	Темп роста
Рынок снеков	\$1,849 млрд	\$2,138 млрд	15,6%	353,3	373,4	6%
Фруктовые снеки	\$28,6 млн	\$35,4 млн	24%	7,6	8,6	13%
Чипсы	\$746,6 млн	\$865,6 млн	16%	127,7	135,5 т	6%
Рынок экструдированных снеков	\$111,6 млн	\$123,8 млн	11%	17,2	17,6	2,3%
Рынок попкорна	\$56,5 млн.	\$66,6 млн	18%	10,9	11,7	7,3%

Источник: исследовательское агентство Euromonitor

Как отмечают эксперты, в России потребление сэзков составляет 2 кг на человека в год, что гораздо ниже, чем в Западной Европе. В будущем прогнозируется рост на 10-15%¹.

По мнению Euromonitor, стремительный рост рынка сэзков достигается за счет розничных сетей. Около 30% сэзков потребляются вместе с пивом, и некоторые бренды в восприятии потребителя даже связаны с пивными брендами

ТАБЛИЦА 2. ОСНОВНЫЕ СТРАНЫ-ИМПОРТЕРЫ СНЕКОВОЙ ПРОДУКЦИИ, В ДОЛЛ.

Кукурузные изделия		
страна отправления	Объем импорта, тыс.долл	в %
Польша	7169307	53,6
Германия	1091376	8,2
Литва	910311	6,8
Словакия	771683	5,8
Австрия	583504	4,4
Украина	565663	4,2
Латвия	508128	3,8
Финляндия	382356	2,9
Италия	290940	2,2
Нидерланды	177528	1,3
Вьетнам	150444	1,1
Чехия	140549	1,1
Другие	524893	3,9
Всего	13364527	100
Хлебцы		
страна-импортер	объем импорта	в %
Финляндия	2716281	84,5
Германия	328159	10,2
Швеция	47312	1,5
Другое	122273	3,8
Всего	3214025	100
Сухарики		
страна-импортер	Объем импорта	В %
Финляндия	3569290	45,0
Германия	1381076	17,4
Литва	1239211	15,6
Нидерланды	587305	7,4
Польша	313932	4,0
Украина	289593	3,6
Великобритания	198612	2,5
Другие	359630	4,5

¹ <http://www.ecraft.ru/news/1294/>

Всего	7938649	100
--------------	----------------	------------

Источник: Таможенная статистика, 2006 г.

ТАБЛИЦА 3. ОСНОВНЫЕ СТРАНЫ-ЭКСПОРТЕРЫ СНЕКОВОЙ ПРОДУКЦИИ, В ДОЛЛ.

Кукуруза		
страна экспортер	Объем экспорта	В %
Казахстан	3317173	36,8
Украина	2367513	26,2
Германия	459965	5,1
Латвия	436406	4,8
США	424781	4,7
Азербайджан	348679	3,9
Грузия	275832	3,1
Литва	257485	2,9
Армения	197727	2,2
Молдавия	183161	2,0
Другие	549437	6,1
Всего	9023630	100
Хлебцы		
Страна-экспортер	Объем экспорта	В %
Казахстан	122719	35,3
Азербайджан	108762	31,3
Грузия	50666	14,6
Украина	37027	10,7
Литва	9398	2,7
Киргизия	6534	1,9
Армения	4761	1,4
США	4421	1,3
Другое	3152	0,9
Всего	347440	100
Сухарики		
Страна-экспортер	Объем экспорта	В %
Казахстан	11588810	70,0
Украина	929147	5,6
Киргизия	926715	5,6
Латвия	592116	3,6
Азербайджан	563192	3,4
Узбекистан	531177	3,2
Другое	1383639	8,4
Всего	16565208	100

Источник: Таможенная статистика, 2006 г.

Крупнейшие игроки на рынке снековой продукции

Вместе с увеличением объемов производства снековой продукции растет и число компаний-производителей. Так, если в начале 90-х гг. выпуском данной продукции занималось не более 10 компаний, то в настоящее время их число превышает 150.

По данным на начало 2004 года, лидерами по физическим объемам продаж соленых снеков стали компании Frito Lay, ЗАО «Бриджтаун Фудс», ООО К.П.Ф. «Консенсус», компания «Меридиан плюс», ООО «Русскарт», ОАО «Русский продукт», группа компаний «Сибирский берег» (здесь и далее компании-производители приведены в алфавитном порядке). Их совокупная доля в физическом объеме розничных продаж снеков в России в январе 2004 года составила 68%, в денежном объеме – 65%.

Лидерами сегмента сухариков являются компании «Бриджтаун Фудс» (ТМ «Три корочки»), «Консенсус» («Емеля») и «Сибирский берег» («Кириешки», «Компашки»). В декабре 2003 и январе 2004 годов эти три компании занимали 82,3% в физическом объеме розничных продаж сухариков в крупных городах России и 84,5% – в денежном.

В продажах картофельных чипсов в тот же период времени лидировали компании Frito Lay (Lay's), Kraft Foods (Estrella), Procter&Gamble (Pringles), ЗАО «Р.С.К. Центр» («Наш чемпион», «Картофель хрустящий в ломтиках») и «Русский Продукт» («Московский картофель»). Совокупная доля этих компаний в физическом объеме розничных продаж картофельных чипсов в городах России с населением свыше 10 тысяч человек составила 82,3%, доля в денежном объеме продаж – 86,7%. По данным компании «Русский продукт», доли крупнейших игроков на рынке чипсов в 2005 году составляли:

- Frito Lay (36%),
- «Русский продукт» (19%),
- «Русская картошка» (9%),
- Kraft Foods (7%),

- “Р.С.К. Центр” (5%)².

В настоящее время 40% рынка рыбных снежков в денежном выражении занимает компания «Дальпико-ДВ», представляющая продукцию под торговыми марками «Дальпико» и «Капитан Пью». По 10% приходятся на ЗАО «Атардо» (бывшее ЗАО «Восток-Запад», Москва) с торговой маркой «Штурвал», ООО «Фростсистемкоммуникации» (Москва, ТМ «Золотой терем»), ЗАО «Бриджтаун Фудс» (Москва, ТМ «Делмор») и ООО «Пелфорд» (Москва, ТМ «От рыбака Филиппыча»). Оставшиеся 20% приходятся на долю других игроков.

- Лидером на российском **рынке крекеров** является компания «United Bakers», она занимает почти 45% рынка, на **рынке каш быстрого приготовления** - компания «Быстров» (доля 60%). На рынке **сухарики** лидируют компании «Бриджтаун Фудс» (бренд «3 корочки»), «Сибирский берег» («Компашки», «Кириешки») и «Консенсус» («Емеля»).
- Наиболее активными на рынке (реклама, PR), особенно в области телевизионной рекламы, являются компании ЗАО Фабрика «Золотые купола», ООО «Торговая фирма «Сибирский Берег»(г.Новосибирск), К.П.Х.«Консенсус» (г.Москва), «Nestle» и ООО «Бриджтаун Фудс» (г.Москва).
- В связи с растущей конкуренцией наблюдается постоянное расширение ассортимента продукции крупнейших производителей снековой продукции, а также проводится непрерывное расширение региональной сети сбыта товаров. Так, например, ЗАО Фабрика «Золотые купола» (Московская область) производит новые виды продукции каждый сезон.
- Такие компании, как «Myllyn Paras», «Vaasan&Vaasaan», «Быстров» и «ООО Московская Ореховая Компания» особое внимание уделяют научным разработкам и очень тщательно следят за уровнем и качеством своей продукции.

² <http://www.allmedia.ru/newsitem.asp?id=740635>



ТЕНДЕНЦИИ В НАПРАВЛЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ МЕЖДУ КРУПНЕЙШИМИ РОЗНИЧНЫМИ КОМПАНИЯМИ

В последнее время **конкуренция** между розничными сетями идет **в области экспансии**. Они начинают открывать больше магазинов, выходят на новые рынки, осваивая новые территории. То есть сейчас конкуренция в основном лежит в области регионального расширения торговых сетей, некоторые сети выходят на рынок близлежащих государств.

Маркетинговое Агентство Step by Step - агентство полного цикла. Мы работаем по таким **направлениям** как:

- Маркетинговое и управленческое консультирование
- Маркетинговые исследования
- Мерчендайзинг
- Франчайзинг
- Социологические исследования
- Услуги call центра
- Разработка новых коммерческих проектов
- Оказание услуг по аутсорсингу организации корпоративных мероприятий
- Организация и сопровождение представления компаний в Интернет

Для обеспечения качественного и быстрого сбора количественной информации, в структуру нашего агентства интегрировано подразделение **Call center**, которое решает следующие задачи:

- Реализует услугу «Бесплатный вызов» из регионов (8-800)
- Позволяет актуализировать и формировать базы данных.
- Осуществляет исходящий и входящий телемаркетинг, поддержку рекламных и PR акций



- Проводит интервьюирование потребителей
- Оценивает эффективность рекламы

Наши ключевые клиенты: ОАО "Связьинвест", РАО "ЕЭС РФ", "АйТи", "ТелекомКомплектСервис", "Связькомплект", "Информационная индустрия", "Future Telecom", "Элвис-Телеком", Холдинг "Еврохим", Производственная группа "Uniservis", Компания "Русский бисквит", объединение "Полипласт", игровая сеть "Джек-пот", сеть магазинов "Фамилия", ТД "Снежная королева", кофейни "Мокко", ЗАО RENOVA, группа компаний РБК, группа компаний ТЕКОН, HITACHI Ltd, ООО «Рассказовские меха», ООО «Северные технологии», Институт социально-экономического развития ЦФО (ИНСЭР ЦФО), Макслевел, Honewell, Colan, Медialog, Алькотрейдинг, ассоциации экспортеров Бразилии (APEX), ЗАО «Детский мир», АРТ-Билдинг и многие другие.