

РОССИЙСКИЙ РЫНОК СНЕКОВ В ПЕРИОД КРИЗИСА ПРОГНОЗЫ РАЗВИТИЯ

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

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.

**Дата выпуска отчета:
Май 2010 г.**

г. Москва

STEP BY STEP



Содержание	
Аннотация.....	4
Полное содержание исследования	5
<i>Список диаграмм</i>	<i>8</i>
<i>Список таблиц.....</i>	<i>10</i>
<i>Список схем</i>	<i>12</i>
Выдержки из исследования	13
<i>Описание отрасли</i>	<i>13</i>
<i>Пищевая промышленность и кризис</i>	<i>13</i>
<i>Государственное регулирование</i>	<i>14</i>
<i>Сырьевые рынки</i>	<i>14</i>
<i>Описание смежных рынков</i>	<i>15</i>
<i>Продукты быстрого приготовления</i>	<i>15</i>
Сегментация рынка.....	16
<i>Определение продукции</i>	<i>16</i>
<i>Сегментация продукции</i>	<i>16</i>
<i>Ценовое сегментирование Продукции.....</i>	<i>16</i>
Основные количественные характеристики Рынка	17
<i>Объем Рынка в натуральном выражении.....</i>	<i>17</i>
<i>Объем Рынка в денежном выражении</i>	<i>17</i>
<i>Темпы роста Рынка.....</i>	<i>17</i>
Объемы импорта и экспорта	18
<i>Сухофрукты.....</i>	<i>18</i>
<i>Импорт.....</i>	<i>18</i>
<i>Экспорт.....</i>	<i>19</i>
<i>Соотношение импорта и экспорта продукции.....</i>	<i>19</i>
Конкурентный анализ.....	21
<i>Сравнительная характеристика основных игроков рынка.....</i>	<i>21</i>

Анализ потребителей.....	23
<i>Предпочтение потребителей по видам продукции.....</i>	<i>23</i>
Солёные снеки.....	23
Орехи.....	23
Чипсы.....	24
<i>Медиа-предпочтения потребителей.....</i>	<i>24</i>
Обобщающие выводы.....	25
<i>Прогнозы развития рынка.....</i>	<i>25</i>

АННОТАЦИЯ

Цель исследования: **анализ текущей ситуации на рынке снеков в России.**

Задачи исследования:

- Описание макроэкономической ситуации на Рынке
- Выделение основных сегментов Рынка
- Определение основных количественных характеристик Рынка
- Описание структуры Рынка
- Выявление основных игроков на Рынке
- Выявление основных факторов, влияющих на Рынок

Кол-во страниц: 130 стр.

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 34 диаграммы, 44 таблиц, 2 схемы

ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

1	Введение		7
2	Методологическая часть		9
	2.1	<i>Описание типа исследования</i>	9
	2.2	<i>Объект исследования</i>	9
	2.3	<i>Цели и задачи исследования</i>	9
	2.4	<i>География исследования</i>	9
	2.5	<i>Время проведения исследования</i>	9
	2.6	<i>Методы сбора данных</i>	10
3	Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок		11
	3.1	<i>Общая экономическая ситуация</i>	11
	3.1.1	Динамика валового внутреннего продукта	11
	3.1.2	Промышленное производство	12
	3.1.3	Уровень инфляции	13
	3.1.4	Уровень доходов населения	14
	3.1.5	Уровень безработицы	15
4	Описание отрасли		17
	4.1	<i>Пищевая промышленность и кризис</i>	17
	4.1.1	Государственное регулирование	20
	4.1.2	Тенденции и прогнозы развития отрасли	20
	4.2	<i>Сырьевые рынки</i>	21
	4.3	<i>Описание смежных рынков</i>	25
	4.3.1	Продукты быстрого приготовления	25
5	Сегментация рынка		30
	5.1	<i>Определение продукции</i>	30
	5.1.1	Основные стандарты отрасли	30
	5.2	<i>Сегментация продукции</i>	30
	5.2.1	Чипсы	33
	5.2.2	Сухарики	33
	5.2.3	Орешки	34
	5.2.4	Сухофрукты	35
	5.2.5	Орехи и сухофрукты	36
	5.2.6	Рыбные снеки	37
	5.2.7	Семечки	37
	5.2.8	Мясные снеки	38
	5.3	<i>Ценовое сегментирование Продукции</i>	40

	5.3.1	Критерии ценового сегментирования в сегменте семечек	40
	5.3.2	Критерии ценового сегментирования в сегменте мясных снеков	41
5.4	<i>Тенденции различных сегментах Продукции</i>		41
	5.4.1	Сегмент сухариков	41
	5.4.2	Сегмент чипсов	41
	5.4.3	Сегмент снеков из морепродуктов	41
	5.4.4	Сегмент семечек	42
	5.4.5	Расширение ассортимента снеков	42
	5.4.6	Сегмент мясных снеков	43
	5.4.7	Взаимосвязь с потреблением алкогольной продукции	44
6	Основные количественные характеристики Рынка		45
	6.1	<i>Объем Рынка в натуральном выражении</i>	45
	6.2	<i>Объем Рынка в денежном выражении</i>	46
	6.3	<i>Темпы роста Рынка</i>	47
	6.4	<i>Влияние сезонности на Рынок</i>	48
7	Сбытовая структура Рынка		50
	7.1	<i>Цепочка движения товара</i>	50
	7.2	<i>Краткое описание основных сегментов участников Рынка</i>	52
	7.2.1	Производители Продукции	52
	7.2.2	Розничный сектор	53
	7.2.3	Вендинг (торговые автоматы)	55
	7.3	<i>Основные принципы ценообразования</i>	56
8	Объемы импорта и экспорта		59
	8.1	<i>Сухофрукты</i>	60
	8.1.1	Импорт	60
	8.1.2	Экспорт	62
	8.1.3	Соотношение импорта и экспорта	63
	8.2	<i>Орехи</i>	63
	8.2.1	Импорт	63
	8.2.2	Экспорт	65
	8.2.3	Соотношение импорта и экспорта	66
	8.3	<i>Семечки</i>	66
	8.3.1	Импорт	66
	8.3.2	Экспорт	68
	8.3.3	Соотношение импорта и экспорта	69
	8.4	<i>Продукты, полученные путем вздувания или обжаривания зерна злаков или зерновых продуктов</i>	69

		8.4.1	Импорт	69
		8.4.2	Экспорт	71
		8.4.3	Соотношение импорта и экспорта	72
	8.5	<i>Чипсы</i>		73
		8.5.1	Импорт	73
		8.5.2	Экспорт	74
		8.5.3	Соотношение импорта и экспорта	75
	8.6	<i>Сухарики</i>		75
		8.6.1	Импорт	75
		8.6.2	Экспорт	77
		8.6.3	Соотношение импорта и экспорта	78
	8.7	<i>Мясные снеки</i>		78
		8.7.1	Импорт	78
		8.7.2	Экспорт	79
		8.7.3	Соотношение импорта и экспорта	80
	8.8	<i>Соотношение импорта и экспорта продукции</i>		80
9	Конкурентный анализ			83
	9.1	<i>Основные параметры конкуренции</i>		83
	9.2	<i>Описание профиля основных игроков рынка</i>		83
		9.2.1	Русский продукт	83
		9.2.2	Бриджтаун Фудс	84
		9.2.3	Торговая фирма «Сибирский Берег»	84
		9.2.4	Фабрика "Золотые купола"	85
		9.2.5	Московская Ореховая Компания	85
		9.2.6	ПродИнко	85
		9.2.7	Русскарт	86
		9.2.8	Мартин	86
		9.2.9	Орехпром	87
		9.2.10	Kraft Foods	87
		9.2.11	ГК Раздолье	88
		9.2.12	ГК Гуд-Фуд	88
		9.2.13	Микояновский мясокомбинат	88
		9.2.14	Дымовское колбасное производство	89
		9.2.15	КампоМос	90
		9.2.16	Мак Маркет	90
		9.2.17	Григ Чернобельского	90
		9.2.18	ПродМастер	90

		9.2.19	Сравнительная характеристика основных игроков рынка	91
		9.2.20	Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями	98
	9.3		<i>Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора</i>	99
		9.3.1	Основные игроки	99
		9.3.2	Региональный охват розничных сетей	101
		9.3.3	Сравнительная характеристика крупнейших сетевых розничных компаний по основным описательным параметрам и стратегии их развития	102
		9.3.4	Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими розничными сетями	105
		9.3.5	Тенденции в основных форматах торговли	106
10	Анализ потребителей			108
	10.1		<i>Предпочтение потребителей по видам продукции</i>	109
		10.1.1	Соленые снеки	109
		10.1.2	Орехи	110
		10.1.3	Семечки	111
		10.1.4	Сухарики	112
		10.1.5	Чипсы	116
		10.1.6	Морепродукты	120
		10.1.7	Мясные снеки	121
	10.2		<i>Медиа-предпочтения потребителей</i>	122
		10.2.1	Виды рекламы	122
		10.2.2	Значение маркетинга на рынке снеков	123
	10.3		<i>Лояльность потребителей</i>	123
	10.4		<i>Основные тенденции в потребительском сегменте</i>	124
11	Обобщающие выводы и рекомендации			125
	11.1		<i>STEP-анализ факторов, влияющих на Рынок</i>	125
	11.2		<i>Риски, связанные с Рынком, способы избежать рисков</i>	126
	11.3		<i>Тенденции Рынка</i>	127
	11.4		<i>Влияние кризиса на рынок</i>	128
	11.5		<i>Прогнозы развития рынка</i>	128
12	Общие выводы по отчету			130

СПИСОК ДИАГРАММ

Диаграмма 1. Динамика изменения объема ВВП, 2004 - 2009 гг., млрд. руб.
Диаграмма 2. Динамика изменения индекса промышленного производства, 2008 - 2009 гг., % к соответствующему периоду предыдущего года

- Диаграмма 3. Уровень инфляции 2003 – 2009 (прогноз) гг., %
- Диаграмма 4. Динамика среднемесячной номинально начисленной заработной платы, руб.
- Диаграмма 5. Динамика численности безработных в 2009 году, тыс. чел.
- Диаграмма 6. Динамика производства пищевых продуктов, включая напитки и табачные изделия, 2005 - 2009 г., в % соответствующему периоду предыдущего года
- Диаграмма 7. Индекс производства в пищевой отрасли (включая напитки и табак), % к соответствующему периоду предыдущего года
- Диаграмма 8. Валовые сборы зерна, картофеля, подсолнечника в хозяйствах всех категорий, млн. тонн
- Диаграмма 9. Структура производства зерна в 2008г., %
- Диаграмма 10. Структура производства зерна в 2009г., %
- Диаграмма 11. Производство зерна, картофеля, семян подсолнечника по категориям хозяйств в 2008г., в % к общему объему производства в хозяйствах всех категорий
- Диаграмма 12. Производство зерна, картофеля, семян подсолнечника по категориям хозяйств в 2009г., в % к общему объему производства в хозяйствах всех категорий
- Диаграмма 13. Доля супов в структуре рынка продуктов быстрого приготовления, %
- Диаграмма 14. Частота потребления продуктов быстрого приготовления, %
- Диаграмма 15. Структура потребления продуктов быстрого приготовления по видам, %
- Диаграмма 16. Структура рынка снеков в натуральном выражении, %
- Диаграмма 17. СТРУКТУРА РЫНКА ОРЕХОВ И СУХОФРУКТОВ, ДОЛЯ ОТ ПРОДАЖ, %**
- Диаграмма 18. Динамика роста объема рынка снеков в 2002-2010 г. (прогноз) в стоимостном выражении, млн. долл.
- Диаграмма 19. Соотношение импорта и экспорта снековой продукции по наименованию в натуральном выражении, 2009 год
- Диаграмма 20. Доля рынка продуктового ритейла, %
- Диаграмма 21. Доля соленых снеков в потреблении, %
- Диаграмма 22. Доля вида орехов в зависимости от спроса, %
- Диаграмма 23. Предпочтение потребителей по марке ореха, %
- Диаграмма 24. Предпочтение потребителей по марке семечек, %
- Диаграмма 25. Покупка сухариков в зависимости от возраста, %
- Диаграмма 26. Предпочтение потребителей по вкусу сухариков, %
- Диаграмма 27. Предпочтение потребителей по марке сухариков, %

Диаграмма 28. Предпочтение потребителей по месту приобретения сухариков, %

Диаграмма 29. Частота потребления чипсов, %

Диаграмма 30. Отношение потребителей к выбору марки чипсов, %

Диаграмма 31. Осведомленность потребителей о марке чипсов и наиболее покупаемые марки, %

Диаграмма 32. Критерии выбора чипсов при совершении покупки, %

Диаграмма 33. Предпочтение потребителей при выборе марки морепродуктов, %

Диаграмма 34. Прогноз развития рынка снеков до 2012 года

СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. Индексы цен на отдельные группы и виды продовольственных товаров, %

Таблица 2. Производство зерна по видам культур, 2008 – 2009 г.

Таблица 3. Средние цены на сухофрукты и орехи, руб. за кг, январь 2009-2010гг.

Таблица 4. Сумма разовой покупки сухариков в зависимости от дохода, руб.

Таблица 5. Коды ТН ВЭД для анализа импорта и экспорта на рынке

Таблица 6. Основные страны-импортеры сухофруктов в натуральном и денежном выражении, 2009 год

Таблица 7. Основные страны-производители импорта сухофруктов в натуральном и денежном выражении, 2009 год

Таблица 8. Основные страны-экспортеры сухофруктов в натуральном и денежном выражении, 2009 год

Таблица 9. Основные страны-производители экспорта сухофруктов в натуральном и денежном выражении, 2009 год

Таблица 10. Соотношение импорта и экспорта сухофруктов в натуральном и денежном выражении, 2009 год

Таблица 11. Основные страны-импортеры орехов в натуральном и денежном выражении, 2009 год

Таблица 12. Основные страны-производители импорта орехов в натуральном и денежном выражении, 2009 год

Таблица 13. Основные страны-экспортеры орехов в натуральном и денежном выражении, 2009 год

Таблица 14. Основные страны-производители экспорта орехов в натуральном и денежном выражении, 2009 год

Таблица 15. Соотношение импорта и экспорта орехов в натуральном и денежном выражении, 2009 год

Таблица 16. Основные страны-импортеры семечек в натуральном и денежном выражении, 2009 год

Таблица 17. Основные страны-производители импорта семечек в натуральном и денежном выражении, 2009 год

Таблица 18. Основные страны-экспортеры семечек в натуральном и денежном выражении, 2009 год

Таблица 19. Основные страны-производители экспорта семечек в натуральном и денежном выражении, 2009 год

Таблица 20. Соотношение импорта и экспорта семечек в натуральном и денежном выражении, 2009 год

Таблица 21. Основные страны-импортеры продуктов, полученных путем вздувания или обжаривания зерна злаков или зерновых, в натуральном и денежном выражении, 2009 год

Таблица 22. Основные страны-производители импорта продуктов, полученных путем вздувания или обжаривания зерна злаков или зерновых, в натуральном и денежном выражении, 2009 год

Таблица 23. Основные страны-экспортеры продуктов, полученных путем вздувания или обжаривания зерна злаков или зерновых, в натуральном и денежном выражении, 2009 год

Таблица 24. Основные страны-производители экспорта продуктов, полученных путем вздувания или обжаривания зерна злаков или зерновых, в натуральном и денежном выражении, 2009 год

Таблица 25. Соотношение импорта и экспорта продуктов, полученных путем вздувания или обжаривания зерна злаков или зерновых, в натуральном и денежном выражении, 2009 год

Таблица 26. Основные страны-импортеры чипсов в натуральном и денежном выражении, 2009 год

Таблица 27. Основные страны-производители импорта чипсов в натуральном и денежном выражении, 2009 год

Таблица 28. Основные страны-экспортеры чипсов в натуральном и денежном выражении, 2009 год

Таблица 29. Основные страны-производители экспорта чипсов в натуральном и денежном выражении, 2009 год

Таблица 30. Соотношение импорта и экспорта чипсов в натуральном и денежном выражении, 2009 год

Таблица 31. Основные страны-импортеры сухариков в натуральном и денежном выражении, 2009 год

Таблица 32. Основные страны-производители импорта сухариков в натуральном и денежном выражении, 2009 год

Таблица 33. Основные страны-экспортеры сухариков в натуральном и денежном выражении, 2009 год

Таблица 34. Основные страны-производители экспорта чипсов в натуральном и денежном выражении, 2009 год

Таблица 35. Соотношение импорта и экспорта сухариков в натуральном и денежном выражении, 2009 год

Таблица 36. Основные страны-импортеры мясных снеков в натуральном и денежном выражении, 2009 год

Таблица 37. Основные страны-производители импорта мясных снеков в натуральном и денежном выражении, 2009 год

Таблица 38. Основные страны-экспортеры и страны-производители мясных снеков в натуральном и денежном выражении, 2009 год

Таблица 39. Соотношение импорта и экспорта мясных снеков в натуральном и денежном выражении, 2009 год

Таблица 40. Соотношение импорта и экспорта снековой продукции по наименованию в натуральном и денежном выражении, 2009 год

Таблица 41. Сравнительная характеристика крупнейших производителей по основным параметрам

Таблица 42. Основные игроки розничного сектора

Таблица 43. STEP-анализ российского рынка снеков

Таблица 44. Возможные риски, связанные с Рынком

СПИСОК СХЕМ

Схема 1. Классификация снеков

Схема 2. Цепочка движения снековой продукции

ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

ОПИСАНИЕ ОТРАСЛИ

ПИЩЕВАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ И КРИЗИС

Пищевая промышленность - отрасль лёгкой промышленности, совокупность производств пищевых продуктов в готовом виде или в виде полуфабрикатов, а также табачных изделий, мыла и моющих средств, парфюмерно-косметической продукции. В системе агропромышленного комплекса пищевая промышленность тесно связана с сельским хозяйством как поставщиком сырья и с торговлей. Часть отраслей пищевой промышленности тяготеет к сырьевым районам, другая часть — к районам потребления

....

Таблица 1. Индексы цен на отдельные группы и виды продовольственных товаров, %

Продовольственные товары	Январь 2010г. к		Январь 2009г. к		Декабрь 2009г. к ноябрю 2009г.
	декабрю 2009г.	январю 2009г.	декабрю 2008г.	январю 2008г.	
Продовольственные товары без алкогольных напитков					
хлеб и хлебобулочные изделия					
крупы и бобовые					
макаронные изделия					
мясо и птица					
рыба и море- продукты					
молоко и молочная продукция					
масло сливочное					
масло подсолнечное					
яйца					
сахар-песок					
плодоовощная продукция					
Алкогольные напитки					

Источник: Федеральная служба государственной статистики, 2010 г.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ

Для насыщения рынков и сдерживания роста цен на продовольственные товары Правительством Российской Федерации был принят ряд оперативных мер, главным образом в области таможенно-тарифного регулирования.

- ...
- ...
- ...

СЫРЬЕВЫЕ РЫНКИ

В качестве сырьевых рынков целесообразно рассмотреть производство:

- зерна
- картофеля
- подсолнечника.

...

Таблица 2. Производство зерна по видам культур, 2008 – 2009 г.

Продукция	2009г.	Справочно	
		2008г.	2005-2008гг. (в среднем за год)
Зерно (в весе после доработки), млн. тонн			
из него:			
пшеница озимая и яровая, млн. тонн			
рожь озимая и яровая, млн. тонн			
ячмень озимый и яровой, млн. тонн			
овес, млн. тонн			
кукуруза на зерно, млн. тонн			
просо, тыс. тонн			
гречиха, тыс. тонн			
рис, тыс. тонн			
зернобобовые культуры, млн. тонн			

Источник: Федеральная служба государственной статистики, 2010 г.

.....

ОПИСАНИЕ СМЕЖНЫХ РЫНКОВ

ПРОДУКТЫ БЫСТРОГО ПРИГОТОВЛЕНИЯ

Продукты быстрого приготовления - продукты, для приготовления которых достаточно залить их кипятком и подождать несколько минут, либо же продукцию, изначально готовую к употреблению. Иногда в рассматриваемую категорию продуктов включают также и крупы, супы быстрой варки.

...

ОБЪЕМ, ТЕМПЫ РОСТА РЫНКА

По прогнозам аналитиков МА Step by Step объем рынка продуктов быстрого приготовления составил в 2009 году порядка \$... млрд.

Российский рынок продуктов быстрого приготовления перешел в стадию зрелости, и теперь рост рынка обеспечивается не увеличением аудитории, а переключением привычных к этим продуктам потребителей на новинки, появлением новых ситуаций потребления и ориентацией на конкретные целевые группы.

....

СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПРОДУКЦИИ

Термин «снеки» появился на российском продовольственном рынке сравнительно недавно и происходит от английского слова snack – «легкая закуска», продукт для быстрого утоления голода. Понятие «снеки» включает в себя разнообразные чипсы, хрустящие хлопья, ржаные сухарики, орешки, сухофрукты, мюсли, сушеные морепродукты и пр.

СЕГМЕНТАЦИЯ ПРОДУКЦИИ

Рынок снековой продукции игроки рынка делят на два больших сегмента:

- Рынок соленых снеков
- Рынок сладких снеков

Соленые снеки являются закуской к пиву или средством утоления голода – орешки, сухарики, соленые палочки и прочее. Сладкие снеки рассматриваются как средство утоления голода и десерт.

В свою очередь на рынке снеков (закусок) можно выделить основные товарные группы:

- чипсы,
- сухарики,
- соленый крекер,
- соленые орехи,
- соленые крендельки,
- соломка
- сушеные кальмары
- копченые колбаски
- попкорн
- сухофрукты
- семечки
- шоколадные батончики и пр.

....

ЦЕНОВОЕ СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПРОДУКЦИИ

По стоимости продукцию Рынка можно разделить на:

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

....

ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА

ОБЪЕМ РЫНКА В НАТУРАЛЬНОМ ВЫРАЖЕНИИ

Объем Российского рынка снеков очень сложно оценить, т.к. данный рынок достаточно молодой. В данном разделе рассмотрим объемы по основным продуктам.

Рынок орехов, сухофруктов и цукатов характеризуется стабильно высокими темпами роста, как в натуральном, так и в денежном выражении. Основной причиной этого является рост потребления продукции. По оценке аналитиков МА Step by Step объем рынка **сухофруктов** в 2009 году составил ... **тонн**. Объем рынка **чипсов** – ... **тонн**.

Мировое производство семечек подсолнечника на сегодняшний день составляет **более ... млн. т. в год**. Лидеры по объёму производства семечек - Россия (около 50% мирового рынка по производству семечек), Украина и Китай.

....

ОБЪЕМ РЫНКА В ДЕНЕЖНОМ ВЫРАЖЕНИИ

Объем мирового рынка снеков по оценке МА Step by Step в 2009 году составил порядка **\$... млрд**.

По оценке специалистов МА Step by Step объем рынка в денежном выражении в 2009 году с учетом кризисных явлений в экономике страны составил **\$... млрд. долл.**

По прогнозу аналитиков МА Step by Step объем рынка в 2010 году составит порядка **\$... млрд. долл.**

....

ТЕМПЫ РОСТА РЫНКА

....

ОБЪЕМЫ ИМПОРТА И ЭКСПОРТА

В данном разделе производится анализ импорта и экспорта продукции в соответствие с данными таможенной статистики.

Анализ производится по следующим кодам ТН ВЭД:

ТАБЛИЦА 3. Коды ТН ВЭД для анализа импорта и экспорта на рынке

Код	Расшифровка
0801	Орехи кокосовые, орехи бразильские и орехи кешью, свежие или сушеные, очищенные от скорлупы или не очищенные, с кожурой или без кожуры
120600	Семена подсолнечника, дробленые или недробленые
16100	Колбасы и аналогичные продукты из мяса, мясных субпродуктов или крови; готовые пищевые продукты, изготовленные на их основе
190410	Готовые пищевые продукты, полученные путем вздувания или обжаривания зерна злаков или зерновых продуктов
190540	Сухари, гренки и аналогичные обжаренные продукты
200520	Картофель
2008	Фрукты, орехи и прочие съедобные части растений, приготовленные или консервированные иным способом, содержащие или не содержащие добавок сахара или других подслащивающих веществ или спирта, в другом месте не поименованные или не включенные

Источник: МА Step by Step

....

СУХОФРУКТЫ

ИМПОРТ

Рассмотрим основные страны-импортеры сухофруктов.

ТАБЛИЦА 4. ОСНОВНЫЕ СТРАНЫ-ИМПОРТЕРЫ СУХОФРУКТОВ В НАТУРАЛЬНОМ И ДЕНЕЖНОМ ВЫРАЖЕНИИ, 2009 ГОД

Страна-импортёр	кг	кг (%)	\$	\$(%)	цена \$/кг

Другие					
Итого		100%		100%	

Источник: Таможенные базы, 2009

....

Рассмотрим основные страны-производители сухофруктов.

ТАБЛИЦА 5. ОСНОВНЫЕ СТРАНЫ-ПРОИЗВОДИТЕЛИ ИМПОРТА СУХОФРУКТОВ В НАТУРАЛЬНОМ И ДЕНЕЖНОМ ВЫРАЖЕНИИ, 2009 ГОД

Страна-производитель импорта	кг	кг (%)	\$	\$(%)	цена \$/кг
Другие					
Итого		100%		100%	

Источник: Таможенные базы, 2009

ЭКСПОРТ

Рассмотрим основные страны-экспортеры сухофруктов.

.....

СООТНОШЕНИЕ ИМПОРТА И ЭКСПОРТА ПРОДУКЦИИ

Рассмотрим соотношение импорта и экспорта рассмотренных выше продуктов.

Таблица 6. Соотношение импорта и экспорта снековой продукции по
НАИМЕНОВАНИЮ В НАТУРАЛЬНОМ И ДЕНЕЖНОМ ВЫРАЖЕНИИ, 2009 ГОД

Наименование продукта	Импорт				Экспорт			
	тонн	тонн, %	\$	\$, %	тонн	тонн, %	\$	\$, %
Орехи								
Продукты, полученные путем вздувания								
Семечки								
Сухарики								
Сухофрукты								
Чипсы								
Мясные снеки								
Итого		100,00%		100,00%		100,00%		100,00%

Источник: Таможенные базы, 2009

....

КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ

Российский рынок снеков начал развиваться с начала 90-х годов. Более 150 производителей различных видов соленных и сладких закусок пытались закрепиться на рынке. Однако, высокая конкуренция и высокие требования потребителя, связанные с ростом доходов населения и желанием употреблять качественные продукты, вынудили многие компании выбыть из гонки или войти в состав более удачливых представителей рынка. На сегодняшний день здесь уже сформировались явные лидеры - бренды, на продвижение которых затрачены немалые бюджеты. Поэтому, начинать с нуля на рынке снеков будет достаточно сложно.

...

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНЫХ ИГРОКОВ РЫНКА

Приведем данные в табличный вид.

Таблица 7. Сравнительная характеристика крупнейших производителей по основным параметрам

Компания	Год создания компании	Географический охват	Ассортимент продукции	Бренды снековой продукции	Сильные стороны

Источник: MA Step by Step

АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Расходы среднего потребителя на упакованную снековую продукцию в России существенно ниже по сравнению с другими восточноевропейскими странами, темпы роста потребления этой продукции выражаются двузначными цифрами во всех подсегментах рынка. При этом Россия обеспечивает порядка 50% продаж снековой продукции в Восточной Европе

Подушевой расход на сладкие и питательные снеки в 2008 году достигнул ... **рублей в год.**

ПРЕДПОЧТЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПО ВИДАМ ПРОДУКЦИИ

СОЛЕННЫЕ СНЕКИ

Как уже говорилось выше, к соленым снекам относят:

- чипсы,
- сухарики,
- соленый крекер,
- соленые орехи,
- соленые крендельки,
- соломку
- сушеные кальмары

....

ОРЕХИ

Орешки в упаковке покупают в основном подростки и молодежь 18–28 лет, а также женщины в возрасте от 34 до 43 лет.

Орешки относятся к категории импульсных покупок. Наиболее типичными ситуациями и временем потребления снеков являются:

- дневное время в качестве перекуса
- закуска к пиву
- вечернее время перед телевизором
- чтобы скоротать время в дороге
- на природе.

....

Чипсы

Основным потребителем чипсов является подростки и молодежь в возрасте 18-23 лет, а также молодые люди от 23 до 33 лет.

....

МЕДИА-ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Одним из способов продвижения продукции является реклама. Производители стараются не только улучшить вид упаковки, но донести информацию о своем продукте через различные каналы:

- Реклама в местах продаж
- Реклама на TV и радио
- Рекламные щиты и вывески
- Промо-акции и др.

....

ОБОБЩАЮЩИЕ ВЫВОДЫ

....

ПРОГНОЗЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА

По оценке экспертов Euromonitor International, возрождение российской экономики после кризиса началось в конце 2009 года. В целом, ВВП в этом году составило около -2%, и только в 2010 году можно ожидать роста на 2-3%. По прогнозам, в 2010 году темпы роста рынка увеличатся.

По оценке МА Step by Step, в период со второго полугодия 2009-го по 2012 год российский рынок сладких и соленых снеков будет стабильно увеличиваться на ...% в год, и к 2012 году его емкость достигнет \$... млрд.

....

По поводу приобретения готовых аналитических отчетов МА Step by Step обращайтесь к менеджерам отдела развития (e-mail: info@step-by-step.ru) или по телефонам (495) 760-50-73, 8 (903) 240-00-88