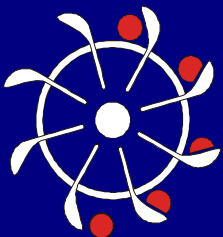


МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА СНЕКОВ (СУХАРИКИ, ОРЕШКИ, ЧИПСЫ, РЫБНЫЕ СНЕКИ, СУХОФРУКТЫ, СЕМЕЧКИ)

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

**Дата выпуска отчета:
март 2008 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.



**STEP BY STEP
МАРКЕТИНГОВОЕ
АГЕНТСТВО**

г. Москва

ОГЛАВЛЕНИЕ

ОГЛАВЛЕНИЕ	2
Аннотация	3
Цель исследования.....	3
Описание исследования	3
Полное содержание исследования	4
Список диаграмм	7
Список таблиц	8
Выдержки из исследования	9
Объем и емкость Рынка.....	9
Розничный сектор.....	10
Крупнейшие игроки на рынке снеков	12
Анализ потребителей	14

АННОТАЦИЯ

Цель исследования

Цель исследования: анализ текущей ситуации на Рынке снеков (сухарики, орешки, чипсы, рыбные снеки, сухофрукты, семечки) и тенденций его развития

Описание исследования

В отчете приведено подробное исследование рынка снеков в России. Определены количественные показатели рынка: объём, ёмкость, темпы роста. Изучен уровень конкуренции на рынке, а также рассмотрен вопрос об инвестиционной привлекательности. Проведен конкурентный анализ крупнейших производителей, основных дистрибьюторов, а также представителей наиболее крупных розничных сетевых игроков. Рассмотрены прогнозы дальнейшего развития рынка.

Результаты исследования будут представлять интерес для:

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

Кол-во страниц: 107 стр.

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 12 диаграмм, 5 таблиц, 2 схемы

ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

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
Динамика валового внутреннего продукта
Динамика денежных доходов населения.
Описание отрасли
Основные стандарты отрасли
Краткое описание влияющих рынков
Сырьевые рынки
Сегментация и структура Рынка по основным видам Продукции
Определение продукции
Картофельные чипсы
Сухарики
Орешки
Сухофрукты
Рыбные снеки
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

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

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

СПИСОК ДИАГРАММ

- Диаграмма 1. Динамика и прогноз ВВП РФ за 2003-2007 гг., млрд. руб.
- Диаграмма 2. Уровень инфляции и прогноз 2003 – 2008 г., %
- Диаграмма 3. Динамика номинальной начисленной заработной платы в 2005-2007 гг., руб.
- Диаграмма 4. Динамика рынка сладких и солёных снеков.
- Диаграмма 5. Структура рынка снеков (%).
- Диаграмма 6. Структура рынка снеков (\$).
- Диаграмма 7. Предпочтения потребителей снеков, %
- Диаграмма 8. Предпочтения потребителей по маркам сухариков, %
- Диаграмма 9. Предпочтения потребителей по маркам картофельных чипсов, %
- Диаграмма 10. Предпочтения потребителей по маркам фасованных орешков, %
- Диаграмма 11. Предпочтения потребителей по маркам фасованных семечек, %
- Диаграмма 12. Предпочтения потребителей по маркам сушёных морепродуктов, %

СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. ТОП-10 крупнейших торговых сетей.

Таблица 2. Сравнительная характеристика крупнейших производителей по основным параметрам

Таблица 3. Основные игроки рынка

Таблица 4. STEP-анализ

Таблица 5. Возможные риски, связанные с Рынком

Схема 1. Классификация снеков

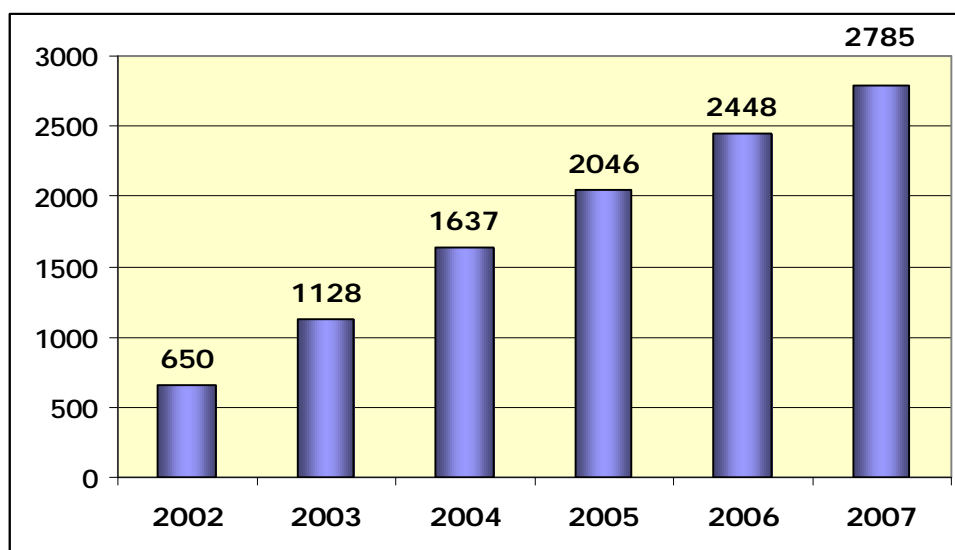
Схема 2. Цепочка движения снековой продукции и сухих завтраков

ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

ОБЪЕМ И ЕМКОСТЬ РЫНКА

В 2007 году Россия оставалась самым крупным рынком сладких и соленых снеков в Восточной Европе, обеспечивая **52%** продаж региона в стоимостном выражении. Львиная доля потребления сладких и соленых снеков в России связана с потреблением пива и слабоалкогольных напитков.. По данным Euromonitor International, **в 2007 году** продажи сладких и соленых снеков в России выросли на 14% в стоимостном выражении и составили около **\$ 2,7 млрд.**

ДИАГРАММА 1. ДИНАМИКА РЫНКА СЛАДКИХ И СОЛЁНЫХ СНЕКОВ.



Источник: Euromonitor

Исследование Euromonitor International показало, что **в 2007 году** самым крупным сегментом рынка сладких и соленых снеков стали «**прочие**» снеки, включающие такую продукцию, как семечки, горох, смеси фруктов и орехов/мюсли, сушеные водоросли, рыба и свинина. В этом сегменте наблюдался рост **на 11%** в стоимостном выражении, и в 2007 году его емкость достигла **\$ 1,4 млрд.** Рыночная доля этого сегмента составила **50,7%** в стоимостном выражении.

Вторым по величине стал сегмент **чипсов/криспов**, в котором также был отмечен рост почти на **19%** в стоимостном выражении. На фоне активной маркетинговой поддержки новые вкусы и инновации в области упаковки стимулируют рост продаж чипсов/криспов. Спектр вкусов чипсов и сухариков очень широк – от традиционных сыра, лука, бекона, паприки, пиццы и жареной курицы до более экзотичных вкусов красной и черной икры, карри, пармской ветчины. Продолжают появляться новые вкусы и вариации на тему уже известных.

В 2007 году динамичное развитие по-прежнему было отличительной чертой сегмента **фруктовых снеков**, где был отмечен рост **на 27%** в стоимостном выражении. Популяризация здорового образа жизни стимулирует рост продаж именно фруктовых снеков, поскольку они обычно воспринимаются как наиболее полезные для здоровья. Кроме того, популярность этой категории снековой продукции растет благодаря расширению ассортимента сушеных и засахаренных фруктов.

Продажи **попкорна в 2007 году** достигли **\$ 65 млн**, увеличившись **на 15%**. Неупакованный попкорн входит в десятку самых продаваемых позиций в современных кинотеатрах и мультиплексах во многих российских городах. При этом упакованный попкорн, предназначенный для приготовления в микроволновой печи, еще только завоевывает популярность у российских потребителей, что соотносится с увеличением числа домохозяйств, пользующихся микроволновыми печами.

Сегменты **орехов, экструдированных снеков** и крендельков в 2007 году выросли практически **на 10%** в стоимостном выражении. Потребители все чаще используют орехи в качестве закуски к пиву, особенно если это орехи с добавками. Наиболее популярны соленый арахис и соленые фисташки благодаря их относительно невысокой цене.

Розничный сектор

Розничный сектор торговли развивается быстрыми темпами, так по итогам 2007 года его оборот составил 10 трлн. 757 рублей, что на 15,2% выше результатов 2006 года.

На рынке розничной торговли продуктами питания представлены следующие игроки:

- гипермаркеты

- супермаркеты
- экономичные супермаркеты
- дискаунтеры
- cash & carry
- продуктовые бутики
- магазины у дома

Так, по данным «Атона», доля сетевых магазинов в Москве равна 40%, в Санкт-Петербурге — 80%, что касается регионов, то здесь показатели ниже — менее 20%. При этом отечественный рынок розничной торговли растет на 15—20% в год, а продажи сетевых операторов еще быстрее, на 50—60% в год.

Однако количество розничных сетей постоянно увеличивается и растет их рыночная доля, в виду этого производители стремятся попасть на полки в магазины. Однако, так как основным преимуществом торговых сетей являются низкие цены, которые им удается получать за счет особой системы работы с поставщиками, то это значительно затрудняет работу как дистрибьюторов, так и производителей. Сети требуют от поставщиков своевременной пунктуальной доставки больших объемов упакованного и маркированного товара. Так как наценка в торговых сетях небольшая, многие требуют от поставщиков предоставления больших скидок, чем другим дистрибьюторам.

ТАБЛИЦА 1. ТОП-10 КРУПНЕЙШИХ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ.

	УК	Название сети	Формат	Обор (\$ мл)
1	X5 Retail Group	Пятерочка, Перекресток	Мультиформатная	3 551
2	МЕТРО Кэш энд Керри	Metro C&C	Cash & Carry	2 557
3	Магнит	Магнит	Дискаунтер	2 505
4	Ашан-Россия	Ашан	Гипермаркет	2 020
5	X5 Retail Group	Пятерочка	Дискаунтер	1 973
6	X5 Retail Group	Перекресток	Мультиформатная	1 495
7	Лента	Лента	Клуб оптовой покупки	1 016
8	Юниленд Холдинг	Дикси	Мультиформатная	1 009
9	ТД Копейка	Копейка	Мультиформатная	979.
10	Седьмой Континент	Седьмой Континент	Мультиформатная	957.

Источник: Исследование компании РБК

КРУПНЕЙШИЕ ИГРОКИ НА РЫНКЕ СНЕКОВ

Российский рынок снеков начал развиваться с начала 90-х годов. Более 150 производителей различных видов соленых 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.

Во всех сегментах российского рынка сладких и соленых снеков хорошо представлены как российские, так и зарубежные производители. Однако явным лидером в 2006 году была американская компания **PepsiCo**, которая контролировала около 17% продаж в стоимостном выражении. Этот производитель лидировал в сегментах чипсов/криспов с брендом Lay's, а также в сегменте экструдированных снеков с брендом Cheetos.

Второе место на российском рынке снеков занимает ЗАО «Сибирский берег» (г. Новосибирск) с 9% продаж в стоимостном выражении в 2006 году. Компания лидировала в сегменте «прочих» снеков со своими популярными брендами «Кириешки», «Компашки» и Веег'ка.

На третьем месте в 2006 году располагалось ЗАО «Бриджтаун Фудс» (Москва, ТМ Chip'n'Go, «3 корочки»), занимающее около 9% продаж в стоимостном выражении. Продукция этого производителя представлена в сегментах чипсов/криспов, экструдированных снеков, попкорна, а также в сегменте «прочих» снеков.

Все производители расширяют свои продуктовые линейки как новыми брендами, так и вкусовыми вариациями уже существующих марок.

Лидерами сегмента сухариков являются компании «Бриджтаун Фудс» (ТМ «Три корочки»), «Консенсус» («Емеля») и «Сибирский берег» («Кириешки», «Компашки»).

Основным лидером в данном сегменте на протяжении нескольких лет считалась компания «Бриджтаун Фудс». Однако, по данным отраслевых агентств, за 2007 год, 20% столичного рынка сухариков теперь у "Сибирского берега", а "Бриджтауну" осталась ровно половина. Оборот владельцев "Трех корочек" в 2007 году составил \$112 млн, а "Сибирского берега" — вдвое больше.

В продажах картофельных чипсов лидерами остаются компании Frito Lay (Lay's), Kraft Foods (Estrella), «Русский Продукт» («Московский картофель»), «Русскарт» (Русская картошка), Procter&Gamble (Pringles) и ЗАО «Р.С.К.» («Наш чемпион», «Картофель хрустящий в ломтиках»). Совокупная доля этих компаний в физическом объеме розничных продаж картофельных чипсов в городах России с населением свыше 10 тысяч человек превысила 80% в натуральном выражении и 88% - в стоимостном.

За 2006 год 46,4% рынка рыбных снеков в денежном выражении занимает компания «Дальпико-ДВ», представляющая продукцию под торговыми марками «Дальпико» и «Капитан Пью». 13% рынка приходится на долю компании "Сибирского берега" (БЕЕРка). Остальные 50 % рынка примерно с равными долями делят: 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») и другие мелкие представители рынка. Можно предположить, что за последний год ситуация почти не изменилась.

АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Потребление снеков в России в настоящее время, по оценкам экспертов, составляет 1,5 килограмма в год на одного жителя, в то же время среднестатистическое 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, для продвижения торговых марок здесь необходим агрессивный маркетинг. В частности, большое внимание уделяется рекламе. Причем рекламная стратегия должна разрабатываться отдельно для каждого сегмента, учитывая потребительские предпочтения и ситуации потребления.

Группа Компаний Step by Step работает на рынке 7 лет, осуществляет полный комплекс консалтинговых и маркетинговых услуг, создавая возможность поддержки управленческих решений и развития бизнеса своих клиентов в следующих областях:

- Управленческий и маркетинговый консалтинг
- Брендинг
- Маркетинговые исследования
- Исследования и консалтинг в недвижимости

В состав Группы Компаний Step by Step входят такие подразделения, как:

- Step by Step Консалтинг
- Step by Step Исследования
- Step by Step Недвижимость
- Аналитический центр SbS Аналитика
- Call-центр MarketPhone

Ведущие специалисты Группы Компаний Step by Step состоят в таких профессиональных организациях, как Международная Ассоциация Профессионалов в области исследований общественного мнения и маркетинга (ESOMAR), НГПК (Национальная Гильдия Профессиональных Консультантов),



Гильдия Маркетологов, РАРИ (Российская Ассоциация Рыночных Исследований),
Московская ТПП.

На сегодняшний день в портфеле Группы Компаний Step by Step более 300 реализованных проектов. Мы гордимся сотрудничеством с такими организациями, как ОАО "Связьинвест", РАО "ЕЭС РФ", "АйТи", Компания "Русский бисквит", ТД "Снежная королева", кофейни "Мокко", ЗАО RENOVA, группа компаний РБК, группа компаний ТЕКОН, HITACHI ltd, Honeywell, ассоциации экспортеров Бразилии (APEX), ЗАО «Детский мир», Blackwood, Система Галс.