



Маркет
Аналитика

ДЕМО-ВЕРСИЯ

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

Москва, июнь 2010



СОДЕРЖАНИЕ

I. ВВЕДЕНИЕ

II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА МЯСА

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

1.5. Резюме по разделу

2. СТРУКТУРА РЫНКА СНЕКОВ

2.1. Сегментация рынка снеков по видам продукции

2.2. Сезонность на Рынке

2.3. Ценовая сегментация и ценообразование

3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА СНЕКОВ

3.1. Объем и емкость рынка снеков

3.2. Темпы роста Рынка

3.3. Количественная характеристика отдельных сегментов рынка снеков

4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА СНЕКОВ

4.1. Конкуренция на рынке снеков

4.2. Описание профилей крупнейших игроков Рынка

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

5.2. Описание розничного сегмента рынка

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 ИССЛЕДОВАНИЮ

8.1. Основные тенденции Рынка

8.2. PEST-анализ рынка

8.3. SWOT-анализ рынка

IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ



I. ВВЕДЕНИЕ

По сравнению с западными странами товарная категория снеки - достаточно новое для России явление. Снеки прочно вошли в российскую жизнь, встречаясь почти в каждой розничной торговой точке. Насыщенность и темпы жизни современного человека способствуют росту популярности продуктов быстрого приготовления. Рынок снеков, несладких снеков в частности, является одним из перспективных сегментов российского рынка продуктов быстрого питания, на протяжении ряда последних лет демонстрирующих высокие показатели роста.

Кризис 1998 года сделал импортные товары недоступными по цене для большей части традиционных потребителей и стимулировал производство снеков в России. За последние 10 лет потребление снеков в России выросло в несколько раз, на несколько порядков увеличилось количество торговых марок, представленных на российском рынке, как западных, так и отечественных. В настоящее время производством снеков в России занимаются сотни компаний. 1999-2000 гг. позволили российским компаниям, которые не снижали оборотов и наращивали производство и дистрибуцию, укрепиться на рынке. К этому же времени нужно отнести появление на рынке снеков таких чисто российских товаров, как сухарики и семечки. Нельзя сказать, что семечки или сухарики до этого времени не производились, но именно в этот период их популярность стала расти быстрыми темпами, отражаясь на объемах производства.

На сегодняшний день рынок снеков в целом динамично развивается, а некоторые его сегменты уже достигли насыщения. Изучение и анализ рынка снеков, выявление основных тенденций и перспектив его развития является необходимым для игроков данного рынка, которые должны выбрать возможные варианты для своего развития.



III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА СНЕКОВ

1. Общая характеристика рынка снеков

1.1. Понятие снеков

Термин «снеки» происходит от английского слова snack, что означает «лёгкая закуска», то есть снеки – это продукты для быстрого и лёгкого утоления голода, закуски, употребление которых происходит между делом, на ходу. Поэтому снеки можно определить как продукты импульсного спроса, употребление которых укладывается в следующий алгоритм: «увидел - купил – съел».

...

1.2. Показатели социально-экономического развития

Рынок снеков, как одна из составляющих российской экономики, находится под влиянием основных социально-экономических показателей в России.

На развитие экономики в целом, а в частности на развитие отдельных рынков влияют в первую очередь следующие факторы:

- Внутренний валовой продукт (ВВП)
- Промышленное производство
- Уровень инфляции
- Уровень доходов населения
- Уровень занятости населения
- Розничная торговля

Внутренний валовой продукт (ВВП). Промышленное производство



Спад ВВП в России в 2009 году, по предварительной оценке, составил 7,9%, при этом согласно последнему уточненному прогнозу властей спад должен был быть глубже 8,5%, говорится в материалах Федеральной службы государственной статистики.

...

Диаграмма 1. Номинальный объем произведенного ВВП в текущих ценах, млрд. руб.



Источник: ФСГС, 2010 г.

Уровень инфляции

Инфляция в России за 2009 год составила 8,8%. По данным Росстата, такие значения инфляции за последний год в целом являются историческим минимумом с 1991 года. По прогнозам Международного валютного фонда, инфляция в 2010 году составит 6%¹.

Диаграмма 2. Уровень инфляции за период 2003-2009 гг. и прогноз на 2010 г.

¹ http://www.ng.ru/economics/2010-06-16/4_crisis.html



Источник: ФСГС, 2010 г.

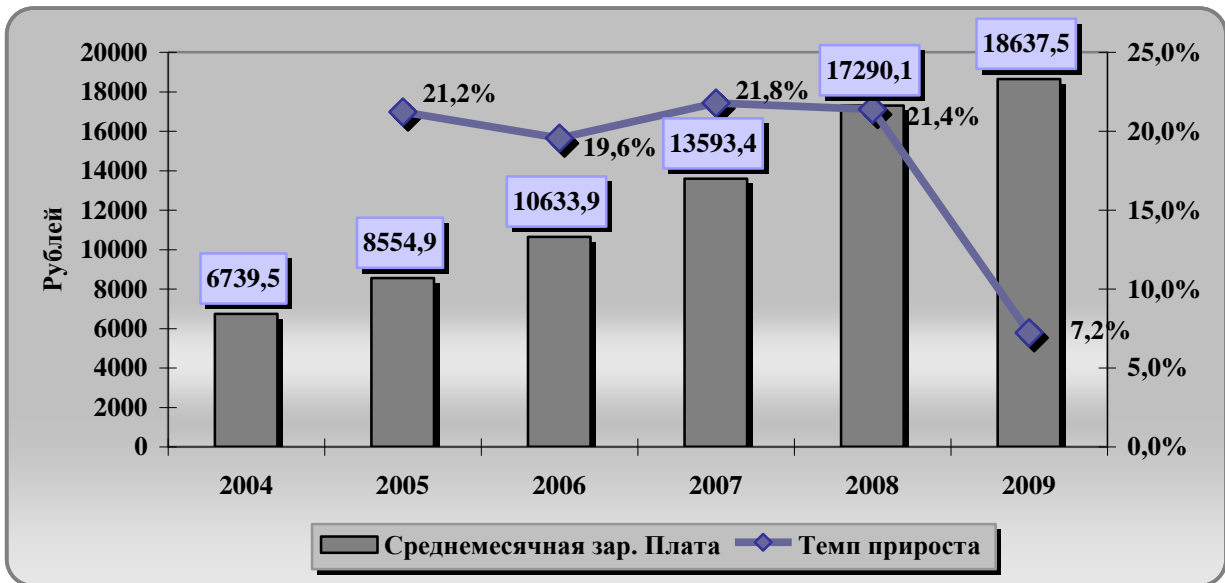
...

Уровень доходов населения

Денежные доходы населения являются одним из основополагающих факторов, обуславливающих спрос на рынке.

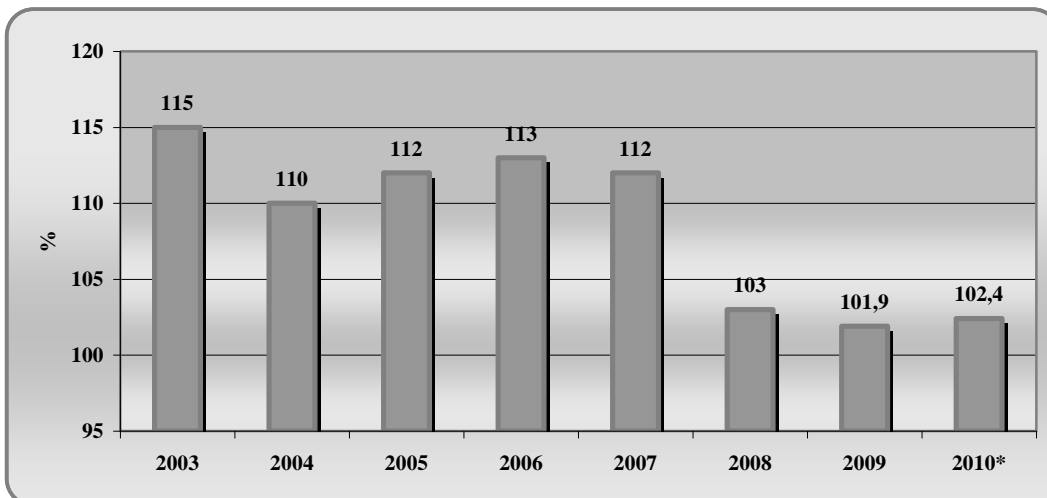
...

Диаграмма 3. Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата в расчете на одного работника по региону Российская Федерация, руб.



Источник: ФГС, 2010 г.

Диаграмма 4. Индекс уровня жизни²



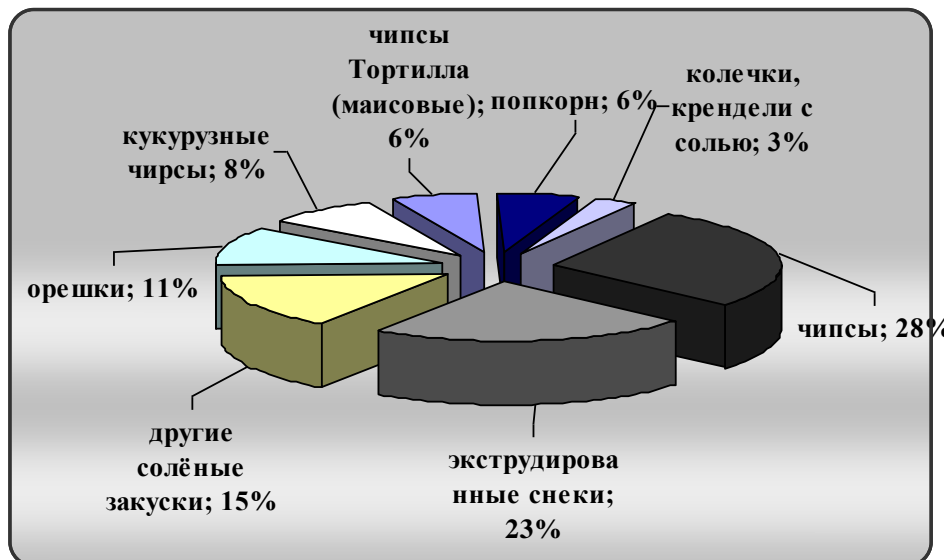
...



1.3. Мировой рынок снеков

Согласно Global Industry Analysts, Inc., 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 5. Структура мирового рынка солёных снеков



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

...

² **Индекс уровня жизни** - индекс, характеризующий изменение уровня реальных доходов населения, его определенных групп, определяемый с учетом изменения как денежных доходов населения, так и цен на потребительские товары и услуги для населения.



Диаграмма 6. Потребление солёных снеков на душу населения по данным на 2006 год, в кг

...

Диаграмма 7. Доля России на рынке снеков Восточной Европы в стоимостном выражении, %

С одной стороны, тенденции мирового рынка снеков, не могут не отразиться на развитии российского рынка. Иностранные игроки привносят на рынок новые продукты и особенности их потребления. С другой стороны, российский рынок снеков имеет особенности, связанные с привычками в потреблении снеков. Так, значительная часть потребления снеков в России связана с потреблением пива и слабоалкогольных напитков, а такой продукт как сухарики является национальным и до недавнего времени продавался исключительно в России. Несколько лет назад российские компании начали освоение рынков других стран, привнося в них особенности российской культуры потребления.

...

1.4. Смежные и влияющие рынки

Смежные рынки

К смежным рынкам можно отнести следующие рынки:

- рынок пива и слабоалкогольных напитков
- рынок кондитерских изделий

...

Рынок кондитерских изделий



По данным Euromonitor рынок КИ России в объемном выражении занимает 2 место после США, а в денежном выражении находится на 5 месте в мире³.

Диаграмма 8. Объем российского производства кондитерских изделий, тыс. тонн.

...

Влияющие рынки

К влияющим рынкам можно отнести рынки сырья: рынок зерна, рынок картофеля, другие сырьевые рынки (в зависимости от вида снеков)

Обзор перечисленных рынков в рамках исследования рынка снеков важен для более полного представления тенденций рынка, а также определения влияния рынка сырья на рынок снеков.

Рынок зерновых культур

...

Диаграмма 9. Посевные площади всех сельскохозяйственных и зерновых культур за период 2000-2009 гг., тыс. га

...

Рынок картофеля

Картофель – одна из самых доходных сельхозкультур. В некоторых хозяйствах рентабельность картофелеводства достигает 300%⁴. Поэтому производство картофеля является привлекательным направлением для инвесторов. Однако конкуренция среди

³ <http://mossa.ru/markets/confectionery.php>

⁴ журнал «АгроТехника» №6, ноябрь - декабрь 2008



овощеводческих хозяйств довольно высока, а одним из важнейших факторов конкурентоспособности является наличие ресурсов: рентабельность бизнеса может равняться нулю при экономии на технике, семенах и обработке.

...

2. Структура рынка снеков

2.1. 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 1. Сегментация рынка снеков

...

Картофельные чипсы

Такой вид продукции как картофельные чипсы, знаком россиянам с середины 60-х гг. прошлого века, когда на прилавках магазинов появился продукт под названием «Хрустящий картофель». В США промышленный выпуск такого картофеля начался еще в 1850 году.

Чипсы в основном различаются по характеру исходного сырья. Для их производства используют:

- сырой картофель
- различные виды муки (в том числе и кукурузную) с добавлением крахмала

...

Сухарики

Ржаные и пшеничные сухарики наряду с чипсами являются одними из самых первых снеков, появившихся на российском рынке.

...

Орехи и сухофрукты

Весовые орехи и сухофрукты продавались в России еще несколько веков назад, но их фасованные и брендовые версии появились у нас только в середине 1990-х.

...

Рыбные снеки



Процесс производства данного вида продукции достаточно сложен. Кальмары, мелкая рыба и кусочки крупной готовятся по одинаковой схеме. Ряпушку, корюшку и снетков перед сушкой целиком засаливают в чане, после чего отправляют в печь, а оттуда выходит уже готовая закуска. Так же поступают с кусочками филе вяленой воблы, леща и щуки. Мясо крупных лососевых рыб нарезают длинной тонкой соломкой.

Мясные снеки

Мясные снеки - это удобно упакованные мини-колбаски с добавками, используемые в качестве быстрой закуски. В настоящее время эксперты называют данный сегмент рынка снеков одним из самых перспективных, ведь потребители начинают искать альтернативу таким привычным снекам, как чипсам и сухарики.

...

2.2. 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.

...

2.3. Ценовая сегментация рынка снеков и ценообразование на рынке

По стоимости продукцию рынка снеков принято делить на следующие сегменты:

- эконом сегмент
- средний ценовой сегмент
- премиальный ценовой сегмент



...

Основные принципы ценообразования

Ценообразование на российском рынке продуктов быстрого питания зависит от нескольких факторов:

- стоимость сырья
- страна-производитель
- известность торговой марки
- вид и объем потребительской упаковки

...



3. Основные количественные характеристики рынка снеков

3.1. Количественные характеристики рынка снеков

Объем и ёмкость рынка снеков

По данным Euromonitor International, в 2008 году объем российского Рынка снековой продукции в натуральном достигли почти \$3 млрд., что составило львиную долю продаж на восточноевропейском рынке сладких и питательных снеков. Этот показатель вырос по сравнению с 2007 годом на \$0,3 млрд. Доля импортной продукции в стоимостном выражении составляет около 1%. По предварительным оценка в 2009 году этот показатель составил \$3,1 млрд.

Диаграмма 10. Динамика рынка снеков за период 2002-2008 гг. в стоимостном выражении, млн. долл.

Источник: Euromonitor International, отраслевые источники, 2009

В натуральном выражении объем Рынка по итогам 2008 года составил около 284 млн. тонн.

Таблица 1. Объемы различных сегментов Рынка снеков в натуральном выражении в 2008 году, млн. тонн

...

Диаграмма 11. Ёмкость рынка снеков в стоимостном выражении за период 2004-2008 гг.

...



Темпы роста Рынка

Российский рынок снеков насыщается быстрыми темпами. Начиная с 2003 года, темпы роста рынка неуклонно снижаются. Если в 2003 году они составляли 73,5%, то к 2009 году упали до 7%.

...

Диаграмма 12. Прогнозные значения ежегодных темпов роста отдельных сегментов рынка снеков за период 2009-2013 (в стоимостном выражении)

...

3.2. Количественная характеристика отдельных сегментов рынка снеков

Рассмотрим более подробно ситуацию, сложившуюся в наиболее популярных сегментах рынка снеков.

Сегмент чипсов

...

Сегмент сухариков

...

Сегмент рыбных снеков

...

Сегмент орехов

...



Сегмент сухофруктов

...

3.3. Резюме по разделу

По предварительным прогнозам экспертов, в стоимостном выражении Рынок в 2009 году вырос на 3-4%.

Многие сегменты рынка снеков можно назвать насыщенными. Так, темпы роста сегментов сухариков и чипсов постоянно сокращаются. В связи с ростом популярности здорового образа жизни, стабильно будут расти рынок орехов и сухофруктов.

...

4. Конкурентный анализ рынка снеков

4.1. Конкуренция на рынке снеков

Наиболее крупными производителями на российском рынке солёных снеков являются: «Frito-Lay», «Сибирский берег», «Kraft», «Бриджтаун», «Русскарт». Вместе они занимают (по итогам первой половины 2008 года) около половины рынка соленых закусок: 48% в стоимостном выражении и 52% в натуральном⁵.

...

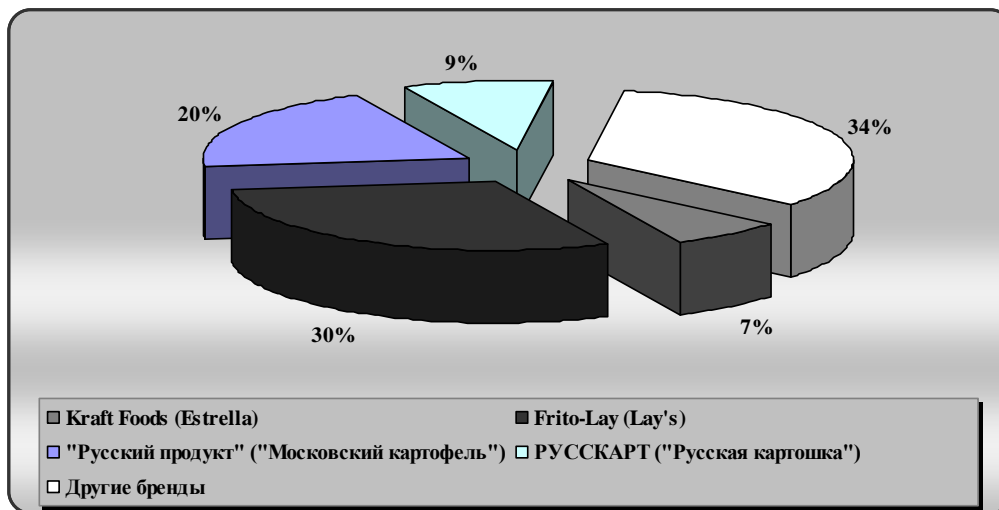
⁵ <http://www.rb.ru/news/business/2008/07/16/185819.html>



Сегмент чипсов

В последние несколько лет наиболее конкурентоспособными на рынке чипсов стали иностранные игроки. ...

Диаграмма 13. Структура рынка чипсов (доли рынка в стоимостном выражении)



Источник: www.4p.ru, 2007 год

Сегмент сухариков

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

Диаграмма 14. Место ведущих брендов на рынке сухариков по знанию и потреблению



...

Сегмент рыбных снеков

В сегменте рыбных снеков можно выделить 7 игроков с долей рынка не менее 4% (в натуральном выражении)

Диаграмма 15. Доли ведущих игроков на рынке рыбных снеков в натуральном выражении

Сегмент фруктовых снеков и орехов

В сегменте фруктовых снеков ведущими игроками являются:

- «Московская ореховая компания» («Джаз», «Дары природы»)
- ГК «Гуд-Фуд»
- ЗАО «Натуральные продукты»
- ЗАО «ФК Финком» («Орешник»)

В сегменте орехов ведущими игроками являются:

- Rieber & Sun ASA Group (Chaka, Emarko)
- ЗАО «Московская ореховая компания» («Джаз»)
- ООО «ТД «Манхэттен-М» («Манхэттен»)
- ЗАО «Натуральные продукты» («Натуральные продукты»)

...

Сегмент мясных снеков

Основными игроками рынка являются «Дымов» («Пиколини»), «Микоян» («Пивчики») и др.



«Пивчики» позиционируются, как закуска к пиву, а «Пиколини» как способ перекусить на работе, дома или дополнить ими фуршетный стол.

Компания «Дымов» планирует развивать этот сегмент за счёт производства продуктов с новыми вкусами (пока их четыре), а также выходить в сегмент HoReCa.

Сегмент экструдированных снеков

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

4.2. Описание профилей крупнейших игроков российского рынка снеков

Frito Lay Inc. (подразделение PepsiCo Inc.)

www.fritolay.ru/

О компании

Frito Lay Inc. - компания, входящая в состав PepsiCo, первой из западных производителей чипсов открыла собственный заводом в России. Сегодня Frito-Lay — бесспорный лидер рынка. Объем продаж в 2005 году: 4,3 млрд. руб., в 2006 году - 5,8 млрд. руб.

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.

Frito-Lay контролирует около половины российского рынка чипсов.

Новые цели: рост производственных мощностей в России.

Продуктовый портфель

- сухие завтраки
- картофельные чипсы
- экструдированные снеки
- сухарики

Портфель брендов

- Lay's
- Cheetos
- «ХрусTeam»

География

Россия

Kraft Foods Inc. («Крафт Фудс Рус»)

<http://www.kraft-foods.ru/>



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.

Продуктовый портфель

- картофельные чипсы
- кофе
- шоколад

Портфель брендов

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



География

Kraft Foods производит и продает свою продукцию в 155 странах мира.

Сегодня «Крафт Фудс» 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.

4.3. Резюме по разделу

Рынок снеков поделен между крупными игроками. Вытеснив с рынка небольших локальных производителей, крупные компании вступили в конкурентную борьбу друг с другом. Одни компании стараются осваивать всё новые и новые сегменты продуктов питания, другие становятся нишевыми лидерами.

...

5. Каналы продаж на Рынке

5.1. 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.

...



Схема 2. Цепочка движения продукции на рынке снеков

...

Диаграмма 16. Структура сбыта на рынке снеков по данным на 2008 год, %

...

5.2. Описание розничного сегмента

В условиях кризиса особенно важно понимать, какие каналы способны донести необходимые объёмы товара до потребителя и обеспечить максимально возможную прибыль. Поэтому основным вопросом для поставщика является выбор розничного канала реализации.

...

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

....

Таблица 3. Сравнительная характеристика крупнейших сетевых розничных компаний в сегменте продуктового ритейла

...



5.3. Резюме по разделу

Основными розничными каналами реализации снеков и сухих завтраков являются: как сетевая торговля (супермаркеты, гипермаркеты, дискаунтеры), так и небольшие магазины, рынки и ярмарки, мелкая розница (павильонные, киоски).

...

6. Анализ потребителей рынка снеков

6.1. Описание потребительского сегмента

Снеки всегда пользовались популярностью у российских потребителей. Несмотря на традицию трехразового питания, россияне предпочитают перекусывать в течение рабочего дня и после него, на отдыхе и во время общения с другими людьми.

...

По результатам исследования были определены следующие наиболее типичные ситуации и время потребления снеков:

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

Таблица 4. Характеристики потребителей различных категорий снеков

Диаграмма 17. Уровень знания марок на московском рынке солёных снеков

...



6.2. Тенденции потребительского сегмента

- **Нехватка свободного времени**, вызванная ростом занятости и продолжительности рабочего дня приводит к росту потребления снеков.
- **Рост потребления натуральных снеков** в связи с ростом благосостояния и

...

7. Каналы продвижения на рынке

На сегодняшний день в структуре рынка снеков представлено довольно большое количество категорий продуктов. Множество российских и зарубежных производителей заинтересовано в постоянном увеличении продаж своей продукции. А поскольку число конкурентов увеличивается, усиливается также конкуренция между уже существующими производителями — прежде всего за счет расширения ассортиментной линейки и нестандартных подходов к продвижению своей продукции.

...

8. Выводы и рекомендации по исследованию

8.3. Основные тенденции рынка снеков

Тенденции рынка по основным количественным показателям

- Замедление темпов роста рынка снеков за счёт насыщения многих сегментов рынка;
- Рост рынка за счёт выпуска новых продуктов в уже существующих категориях снеков, а также появления и роста новых категорий.



Тенденции в основных продуктовых сегментах рынка

- Снижение объёма сегмента сухариков;
- Замедление темпов роста сегмента чипсов;
- ...

Тенденции на конкурентном поле

- Увеличение числа крупных производителей снековой продукции и, соответственно, усиление конкуренции между ними;
- Усиление влияния наиболее крупных и опытных игроков на рынке;
- ...

8.2. PESTEL-анализ рынка

PEST-анализ - маркетинговый инструмент, предназначенный для выявления политических (Political), экономических (Economic), социальных (Social) и технологических (Technological) аспектов внешней среды которые могут повлиять на стратегию компании. PEST-анализ - эффективный инструмент понимания рынка, внешнего окружения компании, наиболее важных влияющих факторов.

Таблица 5. PEST-анализ российского рынка снеков

S	Социальные факторы
	<ul style="list-style-type: none">• Ухудшение материального положения населения России (-)• Смещение спроса в сторону более дешевых видов мяса (-)
T	Технологические факторы
	<ul style="list-style-type: none">• ...
E	Экономические факторы
	<ul style="list-style-type: none">• ...
E	Факторы окружающей среды
	<ul style="list-style-type: none">• ...



P	Политические факторы
•	...
L	Правовые факторы
•	...

...

8.3. SWOT-анализ рынка снеков

SWOT анализ - это формальная методика, для разработки маркетинговой стратегии.. SWOT-анализ позволяет выявить и структурировать сильные и слабые стороны фирмы, а также потенциальные возможности и угрозы.

Проведём SWOT-анализ рынка снеков для трёх типов компаний:

- для компании, выходящей на рынок снеков
- для компании-сильного игрока, давно существующего на рынке
- для компании, работающей в нише

Таблица 6. SWOT-анализ для компании, выходящей на рынок

...

Таблица 7. SWOT-анализ для сильного игрока, давно существующего на рынке

...

Таблица 8. SWOT-анализ для компании, работающей в нише

IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ



Перечень таблиц и диаграмм

Диаграмма 18. Номинальный объем произведенного ВВП в текущих ценах, млрд. руб.

Диаграмма 19. Уровень инфляции за период 2003-2009 гг. и прогноз на 2010 г.

Диаграмма 20. Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата в расчете на одного работника по региону Российская Федерация, руб.

Диаграмма 21. Индекс уровня жизни

Диаграмма 22. Динамика численности безработных за 2008-начало 2009 гг., млн. чел.

Диаграмма 23. Динамика оборота розничной торговли за период 2000-2009 гг. и прогноз на 2010 год, млрд. руб.

Диаграмма 24. Структура мирового рынка солёных снеков

Диаграмма 25. Потребление солёных снеков на душу населения по данным на 2006 год, в кг

Диаграмма 26. Доля России на рынке снеков Восточной Европы в стоимостном выражении, %

Диаграмма 27. Прогноз развития рынка слабоалкогольных напитков в стоимостном выражении, млн. рублей

Диаграмма 28. Динамика производства пива за период 2000-2009 гг. и прогноз на 2010 год, млн. дал.

Диаграмма 29. Объем российского производства кондитерских изделий, тыс. тонн.

Диаграмма 30. Структура производства кондитерских изделий в России в 2009 году (в натуральном выражении), %

Диаграмма 31. Посевные площади всех сельскохозяйственных и зерновых культур за период 2000-2009 гг., тыс. га

Диаграмма 32. Объем производства зерновых культур за период 2003-2009 гг., млрд. тонн

Диаграмма 33. Удельный вес посевных площадей под зерновыми культурами в 2009 году, в % ко всем категориям хозяйств

Диаграмма 34. Урожайность зерновых культур в РФ за период 2000-2009 гг., ц/га

Диаграмма 35. Структура российского рынка картофеля



Диаграмма 36. Удельный вес посевных площадей под картофелем в 2009 году, в % ко всем категориям хозяйств

Диаграмма 37. Урожайность картофеля в РФ за период 2000-2009 гг., ц/га уборной площади

Схема 3. Сегментация рынка снеков

Диаграмма 38. Структура Рынка снеков в 2008 году, в натуральном выр Диаграмма 39.

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

Диаграмма 40. Структура рынка солёных снеков в стоимостном выражении за 2007 г., %

Диаграмма 41. Динамика рынка снеков за период 2002-2008 гг. в стоимостном выражении, млн. долл.

Таблица 9. Объемы различных сегментов Рынка снеков в натуральном выражении в 2008 году, млн. тонн

Диаграмма 42. Ёмкость рынка снеков в стоимостном выражении за период 2004-2008 гг.

Диаграмма 43. Прогнозные значения ежегодных темпов роста отдельных сегментов рынка снеков за период 2009-2013 (в стоимостном выражении)

Диаграмма 44. Динамика доли рынка в натуральном и стоимостном выражении за 2006-2007 гг., %

Диаграмма 45. Динамика рынка рыбных снеков в стоимостном выражении, \$ млн.

Диаграмма 46. Структура рынка рыбных снеков по объёму розничных продаж в натуральном выражении

Диаграмма 47. Динамика рынка орехов за период 2005-2007 гг. в стоимостном выражении

Диаграмма 48. Объём рынка фруктовых снеков в стоимостном и натуральном выражении

Диаграмма 49. Структура рынка чипсов (доли рынка в стоимостном выражении) и в 2006-2007 гг.

Диаграмма 50. Совокупная доля трёх ведущих игроков российского рынка сухариков в 2006-2007 гг. в стоимостном и натуральном выражении

Диаграмма 51. Место ведущих брендов на рынке сухариков по знанию и потреблению

Диаграмма 52. Доли ведущих игроков на рынке рыбных снеков в натуральном выражении

Диаграмма 53. Доля потребителей топ-5 смесей сухофруктов с орехами



Таблица 10. Сравнительная характеристика крупнейших производителей по основным параметрам

Схема 4. Цепочка движения продукции на рынке снеков

Диаграмма 54. Структура сбыта на рынке снеков по данным на 2008 год, %

Диаграмма 55. Динамика продуктового ритейла за период 2006-2009 гг., трлн. руб.

Диаграмма 56. Структура продуктового ритейла по показателю оборота в динамике 2003-2008 гг.

Таблица 11. Крупнейшие представители продуктового ритейла по данным на 2007 год

Таблица 12. Сравнительная характеристика крупнейших сетевых розничных компаний в сегменте продуктового ритейла

Таблица 13. Характеристики потребителей различных категорий снеков

Диаграмма 57. Уровень знания марок на московском рынке солёных снеков

Таблица 14. PEST-анализ российского рынка снеков

Таблица 15. SWOT-анализ для компании, выходящей на рынок

Таблица 16. SWOT-анализ для сильного игрока, давно существующего на рынке

Таблица 17. SWOT-анализ для компании, работающей в нише