

Paluszki – prezentacja kategorii produktu



Joanna Drabik
Anna Hankus

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

SPIS TREŚCI:

1. Paluszki – informacje ogólne
2. Historia paluszków w Polsce oraz na świecie
3. Proces produkcyjny paluszków
4. Struktura produktu oraz jego klasy. Przekrój konsumentów
5. Cykl życia produktu.
6. Marka Lajkonik – informacje ogólne.
7. Informacje o paluszkach marki Lajkonik.
8. Rodzaje paluszków I innych produktów marki.
9. Dystrybucja
10. Społeczna odpowiedzialność.
11. Działania I komunikaty marketingowe.

Paluszki – przekąska w postaci długich, cienkich paluszków z ciasta drożdżowego, posypanych solą lub innymi dodatkami jak mak, sezam czy pieprz i upieczonych na jasnobrązowy kolor. Są często spożywane do wina i piwa.

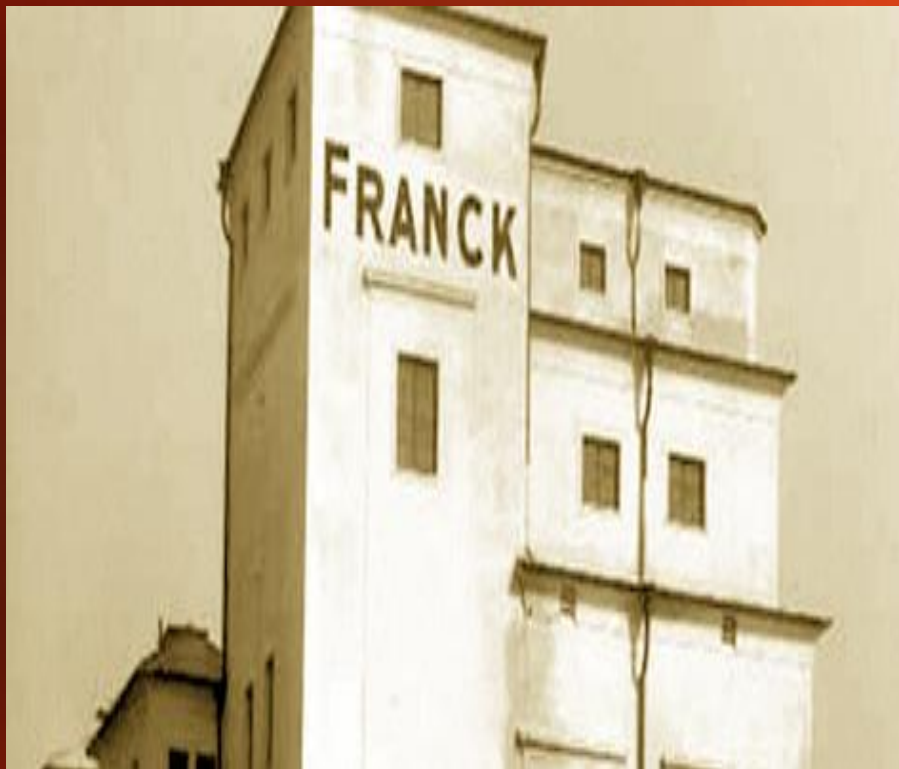


Historia paluszków na świecie

Produkt zbliżony do paluszków pierwszy raz wprowadziła firma Lorenz Bahlsen w 1935. Produkt ten był znany pod nazwą Salzlettes. Były one jednak grubsze od polskich paluszków.

Przepis na zbliżone do paluszków przekąski miały też powstać w Austrii czy w USA. Nie da się jednak ustalić, gdzie pojawiły się po raz pierwszy i czy rzeczywiście były odpowiednikiem “naszych” paluszków.

Historia paluszków w Polsce



1910 – 1919

W Skawinie austriacki kupiec Henryk Franck założył Fabrykę Surogatów Kawowych „Henryk Franck i Synowie”. Na początku zakłady zajmowały się suszeniem, mieleniem i prażeniem cykorii.

1950 - 1959

W latach 50. do nazwy „Fabryka Środków Kawowych” dopisano także fabryką makaronów, koncentratów zupowych, gotowych dań, przypraw, konserw mięsnych, warzywnych owocowych, proszku do pieczenia, zup w proszku, oraz kiślu.



1970 - 1979

W 1970 roku zaprzestano produkcji koncentratów spożywczych i skupiono się na tym, co lubimy najbardziej – na słonych paluszkach. W tym czasie rozpoczęto produkcję innego, także „kultowego” dziś produktu, czyli kawy Inka.





1990 - 1999

W 1993 roku zakłady „Koncentraty Spożywcze Skawina” zostały sprywatyzowane. Produkcja wzrosła, rozbudowano i unowocześniono fabrykę, a przekąski „Lajkonik” trafiły na stoły w całej Polsce.

Proces produkcyjny

Surowcami do produkcji paluszków są m.in.:

- ▶ mąka pszenna
- ▶ drożdże piekarnicze
- ▶ sól
- ▶ sól kuchenna
- ▶ tłuszcz roślinny
- ▶ woda
- ▶ wodorotlenek sodu



Etapy produkcji paluszków

1. Mieszanie ciasta.
2. Nadawanie kształtu przez wyciskanie ciasta przez dziurki.
3. Kąpiel w ługu sodowym odpowiadającym za połysk.
4. Krojenie wałeczków na odcinki.
5. Posypanie solą *(lub innymi dodatkami jak mak, sezam czy pieprz)*.
6. Wypiek.
7. Pakowanie.



Paluszki na świecie

Istnieją inne, regionalne odmiany podobnych potraw, ale żaden nie jest stuprocentowym odpowiednikiem polskich paluszków.

Paluszki często są spotykane w polskich sklepach za granicą czy działach z produktami międzynarodowymi.



Rdzeń produktu – produkt spożywczy, dobrze wypieczony, przekąska, zaspokajają głód

Produkt rzeczywisty – cienkie pieczywo wypieczone w charakterystycznym kształcie, pakowane w opakowania wykonane z folii plastikowej

Produkt poszerzony – napój gratis, gwarancja jakości, dostępność szerokiej gamy artykułów producenta, przynależność do grupy stałych klientów

Produkt potencjalny – nowe smaki, nowe receptury, inna grubość, wygodniejsze opakowania



Stosowane klasy produktu

- ▶ **Segment marek własnych** – wyroby o niskiej cenie oraz niskiej jakości, produkowane przez duże sieci handlowe; spotykane w Auchan, Tesco, Biedronka, Lidl, itp.
- ▶ **Segment economic** – paluszki średniej jakości w przeciętnych cenach, np. Paluszki Beskidzkie, Lubella.
- ▶ **Segment premium** – wysokiej jakości produkty droższe w zakupie; tutaj paluszki Lajkonik.



Segmenty konsumentów

- ▶ Osoby w wieku 12-34 lata
- ▶ W większości mężczyźni
- ▶ Paluszki oraz krakersy są najczęściej wybierane przez osoby powyżej 24 r.ż. oraz dzieci.

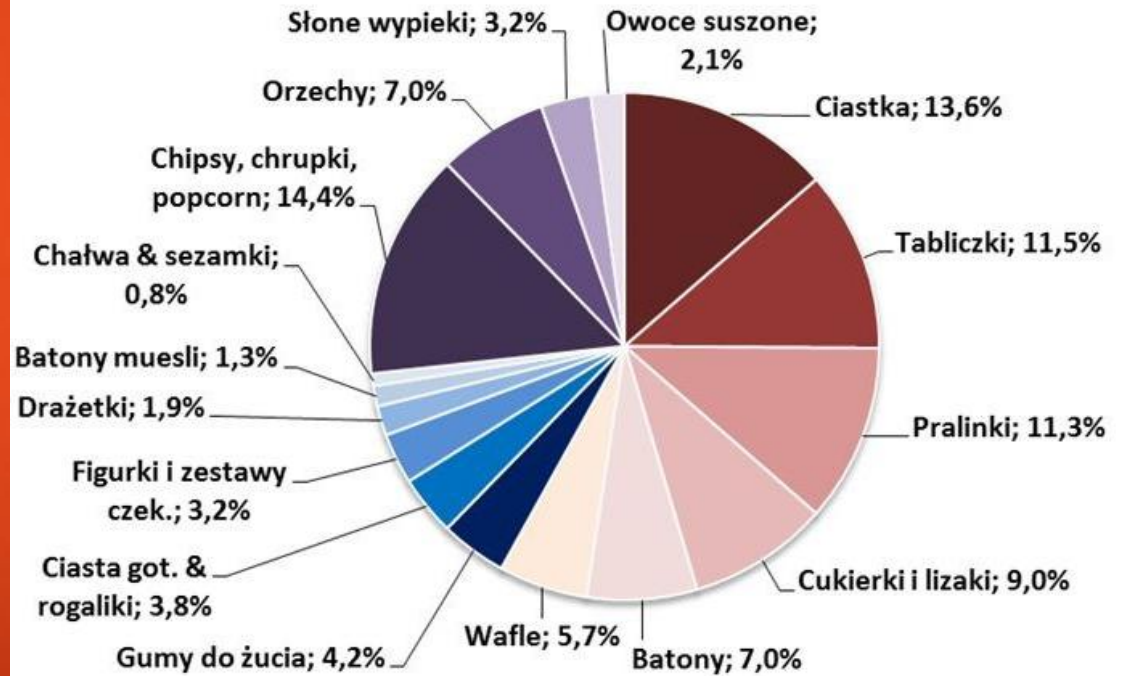


Stan rynku przekąsek

W 2019 roku rynek słonych oraz słodkich przekąsek odnotował wzrost rzędu 5,4%.

Rynek ten odpowiada za ponad 13% całego koszyka spożywczego.

Wartość rynku słodczy i przekąsek w podziale na kategorie



Źródło: Nielsen, panel handlu detalicznego, cała Polska, sierpień 2018 – lipiec 2019

Rynek przekąsek - podział

Polacy wydają na przekąski 3,7 mld zł rocznie (2019).

Największą popularnością cieszą się:

- ▶ chipsy (44% wartości rynku)
- ▶ chrupki i prażynki (22%)
- ▶ **paluszki i krakersy (18%)**
- ▶ Orzeszki (8 %)
- ▶ Nachosy i popcorn stanowią pozostałą część rynku.

Cykl życia produktu

Paluszki jako produkt osiągnęły dojrzałość rynkową.

Przemawia za tym sprzedaż utrzymująca się na tym samym poziomie przy spadającym udziale paluszków w rynku przekąsek.

Na pozycję paluszków aktualnie wpływa głównie ich konkurencja, na którą składają się głównie chipsy czy chrupki, które ciągle zwiększają swój udział w rynku.



- prezentacja
marki

Kluczowe cechy produktu marki Lajkonik

1. Stosowanie składników najwyższej jakości
2. Tradycyjna polska kuchnia
3. Oryginalna receptura
4. Nawiązania do tradycji także w nazwach produktów oraz ich serii



Gwarancja jakości

- ▶ Cyklicznie przeprowadzane wewnętrzne kontrole jakości
- ▶ Regularna weryfikacja jakości za pomocą audytów zewnętrznych
- ▶ Zakłady Lajkonika są certyfikowane przez:
 - ▶ International Food Standard (IFS)
 - ▶ British Retail Consortium (BRC)
 - ▶ Lajkonik posiada również certyfikat Systemu Zarządzania Jakością ISO 9001.



Pozycja Lajkonika na rynku



- ▶ Lajkonik jest największym polskim producentem paluszków.
- ▶ To 122. najcenniejsza polska marka według ranking u Rzeczpospolitej z 2019 roku.
- ▶ Wartość marki wycenia się na ponad 82 mln zł.

Lp.	Nazwa marki	Wartość marki (mln zł) 2017	Wartość marki (mln zł) 2016	Zmiana wartości marki 2016/2015	Pozycja 2016	Wartość sprzedaży licencjonowanej	*obliczenia oparte na szacunkach sprzedaży	*źródło danych ²	Branża szczegółowa	Właściciel
120	Prince Polo	83,2	88,4	-6%	125	***		**	Wyroby cukleryczne	Mondelez Europe
121	Wojas	82,5	60,1	37%	163	***		*	Obuwie	Wojas
122	Lajkonik	82,3	63,2	30%	160	***		**	Wyroby cukleryczne	Lajkonik Snacks
123	Fakro	81,8	182,4	-55%	78	*****	*	****	Okna	Fakro
124	Wittchen	80,9	47,4	71%	195	***		***	Galanteria skórzana	Wittchen
125	Top Secret	78,2	59,6	31%	164	***		*	Odzież	Redan

Informacje o produkcji

- 100 g paluszków dostarcza 347 kcal,
- zawiera 76 g węglowodanów,
- 9,7 g tłuszczu,
- 9 g wody,
- 0,7 mg niacyny,
- 0,01 mg witaminy B1,
- 0,04 mg witaminy B2,
- 0,4 mg witaminy E, 1
- 47 mg wapnia,
- 0,7 mg żelaza,
- 124 mg potasu,
- 1,79 g sodu
- 130 mg fosforu



LAJKONIK®

Rodzaje paluszków



Paluszki słone



Paluszki z
sezamem



Paluszki o
smaku cebulki

Inne rodzaje: paluszki dla dzieci, z małą ilością soli, extra cienkie, z makiem, smakowe



Nowe propozycje



Nowe produkty obejmują:

- Paluszki w nowych opakowaniach (kieszonkowe, paczki powyżej 400 g, zestawy z innymi przekąskami)
 - Paluszki w nowych smakach (cebulowe, z solą oraz pieprzem, bez dodatków)
 - Paluszki wyróżniające się metodą produkcji (cienkie, grube, wypieczone)

Produkty innych marek



Paluszki Beskidzkie
(Aksam)



Paluszki Admar



Marki własne
sieci sklepów

Paluszki są dostępne w opakowaniach od 100 g do nawet 0,5 kg.

Inne produkty firmy

- krakersy
- precelki
- Talarki
- Krakersy mini
- Minibagietki
- Bajgle
- Rewersy
- precelki
- Seria produktów dla dzieci



Ceny paluszków



Paluszki Lajkonik – 4,29 zł



Paluszki Beskidzkie – 3,89 zł



Paluszki Lubella – 3,79



Ceny paluszków podane są dla dużych paczek. Mogą się one różnić w poszczególnych sklepach.

Dystrybucja marki

- ▶ Sklepy spożywcze, w tym wielkopowierzchniowe
- ▶ Kioski
- ▶ Automaty sprzedażowe
- ▶ Restauracje, bary (jako przekąska do alkoholu)





Innowacja Roku 2019 dla
Wypiekarni Lajkonika –
– Breakthrough Innovation
Poland 2019 Nielsen



Superbrands 2018 po raz
dwunasty



Najlepszy Produkt –
– Wybór Konsumentów 2012



Hit Handlu 2011



Jakość Roku 2009



Perła Rynku FMCG 2009



Laur Konsumenta –
– Grand Prix 2009



The Best In Poland 2008



Laur Konsumenta 2007 – 2009



Produkt Roku 2006



Lider Forum 2006



Nagrody

Społeczna odpowiedzialność

Stosowane nowoczesne technologie sprawiają, że produkcja paluszków odbywa się z coraz mniejszym zużyciem energii. Sukcesywnie zmniejszana jest również ilość odpadów pochodzących z procesu produkcji.



Hasła reklamowe



W świecie Lajkonika dobrze się spotkać i
poczuć dziecięcą radość

Wypiekane z sercem

Radość chrupania

Dobrze się spotkać

Legendarny moment, legendarny smak





Przykładowe komunikaty marketingowe



Bibliografia

- ▶ https://pl.wikipedia.org/wiki/S%C5%82one_paluszki
- ▶ <https://lajkonik.pl/o-firmie/zrownowazony-rozwoj/>
- ▶ <https://lajkonik.pl/produkty/>
- ▶ <https://lajkonik.pl/o-firmie/100-lat-tradycji/>
- ▶ <https://handelextra.pl/artykuly/182359,pepsico-rynek-slonych-przekasek-w-polsce-stabilny>
- ▶ <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artukul/slodycze-i-przekaski-w-koszyku-zakupowym-polskiej-rodziny-analiza-ryнку>

