



Маркет
Аналитика

ДЕМО-ВЕРСИЯ
РОССИЙСКИЙ РЫНОК ДЕТСКОГО
ПИТАНИЯ.
МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ
И АНАЛИЗ РЫНКА

Москва, февраль 2014



СОДЕРЖАНИЕ

I. ВВЕДЕНИЕ

II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ДЕТСКОГО ПИТАНИЯ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА ДЕТСКОГО ПИТАНИЯ

- 1.1. Описание предмета исследования
- 1.2. Показатели социально-экономического развития
- 1.3. Описание отрасли
- 1.4. Резюме по разделу

2. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА ПРОДУКТОВОГО РИТЕЙЛА

- 2.1. Сегментация рынка продуктового ритейла
- 2.2. Ценовая сегментация и ценообразование на рынке

Ценообразование на рынке

Ценовая сегментация рынка

Динамика потребительских цен на рынке

- 2.3. Резюме по разделу

3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА

- 3.1. Объем и емкость рынка
- 3.2. Темпы роста рынка
- 3.3. Резюме по разделу

4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА

- 4.1. Конкуренция на рынке
- 4.2. Описание профилей крупнейших игроков рынка

«Вимм-Билль-Данн»

«ПРОГРЕСС»



«Danone-Юнимилк»

Nutricia (Danone)

Nestle

4.3. Резюме по разделу

5. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ

5.1. Описание розничного сегмента

5.2. Торговые точки (продукты питания)

5.3. Торговые точки (товары для детей)

ГК «Детский мир»

Mothercare

«Кораблик»

«Здоровый малыш»

5.4. Аптечные сети

5.5. Интернет - магазины

5.6. Резюме по разделу

6. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

6.1. Описание потребительского сегмента

6.2. Объем потребления на рынке

6.3. Потребительские предпочтения на рынке

6.4. Резюме по разделу

7. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

7.1. Основные тенденции рынка

7.2. PEST-анализ рынка

7.3. Риски и барьеры при выходе на рынок

IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ



Приложение 1. Рейтинг аптечных сетей, 2012 г.

Приложение 2. TOP 10 аптечных сетей по объему продаж нелекарственного ассортимента, 2012 г.

Приложение 3. Демографический прогноз до 2030 года



II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Цель исследования

Изучение и анализ российского рынка детского питания: текущей ситуации, тенденций и перспектив его развития с учётом влияния кризиса

Задачи исследования

- Определить количественные показатели рынка
- Провести сегментацию и описать структуру рынка
- Провести конкурентный анализ рынка
- Провести анализ потребителей рынка
- Описать риски, связанные с рынком
- Описать тенденции рынка, а также факторы, влияющие на развитие рынка
- Выявить перспективы развития рынка

Предмет исследования

Российский рынок детского питания (далее рынок)

Методы сбора данных

Данное исследование было проведено кабинетным методом, который предполагает получение вторичной информации о рынке из открытых источников, а также консолидации уже имеющихся сведений об изучаемом рынке.

Источники информации

Были использованы открытые источники:

- информационно-аналитические порталы, посвященные изучаемому рынку
- открытые статистические данные
- аналитические обзоры, включая профессиональные издания (СМИ)
- сайты поставщиков изучаемых услуг.



III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ДЕТСКОГО ПИТАНИЯ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА ДЕТСКОГО ПИТАНИЯ

1.1. ОПИСАНИЕ ПРЕДМЕТА ИССЛЕДОВАНИЯ

Пищевые продукты – это продукты в натуральном или переработанном виде, употребляемые человеком в пищу (в том числе продукты детского питания, продукты диетического питания), бутилированная питьевая вода, безалкогольные напитки, жевательная резинка, а также продовольственное сырьё, пищевые добавки и биологически активные добавки.

Вопрос о потребности детей в пищевых веществах рассматривается дифференцировано для различных возрастных групп. Традиционно принято деление детей на следующие возрастные группы:

- от рождения до 2,5-3,5 недель (период новорождённости)
- до 1 года
- от 1 года до 3 лет
- от 3 до 7 лет
- от 7 до 12 лет
- от 12 до 15 лет.

.....

1.2. ПОКАЗАТЕЛИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

Российский рынок детского питания, как одна из составляющих российской экономики, находится под влиянием основных социально-экономических показателей.

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

- Внутренний валовой продукт (ВВП)
- Промышленное производство.

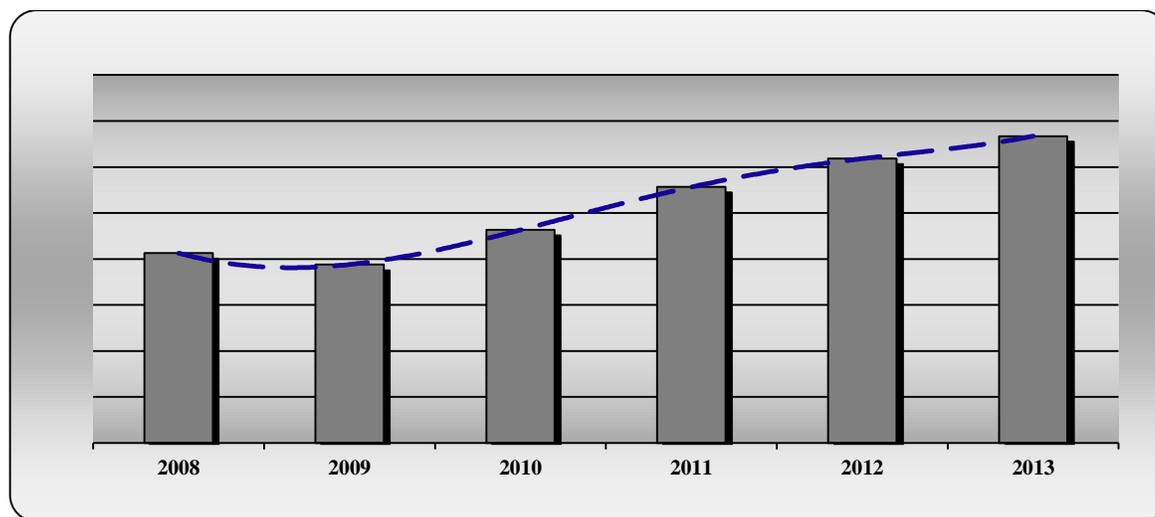


- Уровень инфляции
- Уровень доходов населения
- Уровень занятости населения
- Розничная торговля

Внутренний валовой продукт (ВВП). Промышленное производство

Объем ВВП России за 2013г. в текущих ценах составил *** трлн. рублей. Индекс его физического объема относительно 2012г. составил **%. В 2011 и 2012 гг. индекс ВВП составлял **% и **% соответственно.

Диаграмма 1. Динамика ВВП за период 2008- 2013 гг. в текущих ценах, млрд. руб.



Источник: ***, 2014

Индекс промышленного производства в 2013г. по сравнению с 2012г. составил – **%, в 2012г. по сравнению с 2011г. – **%.

Потребительские ожидания

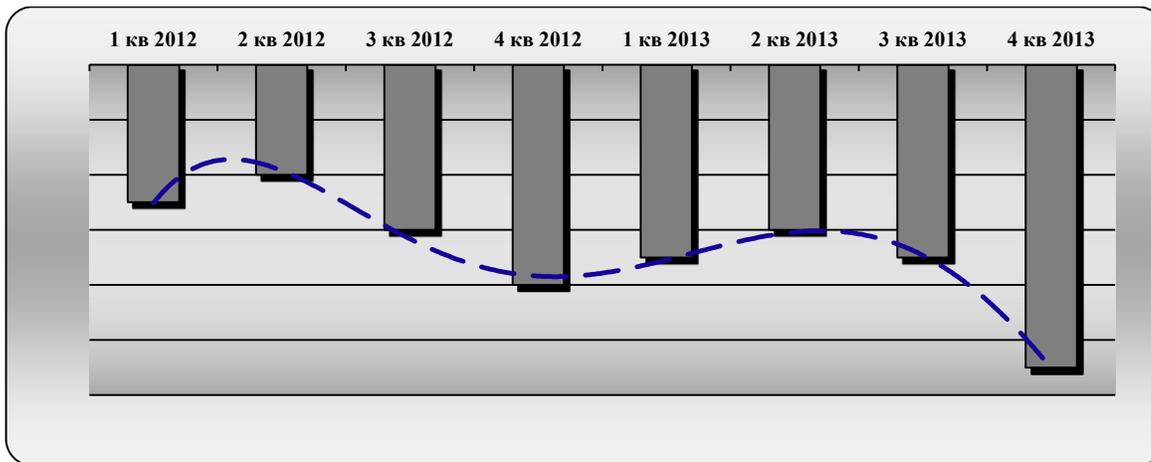
По данным *** индекс потребительской уверенности, отражающий совокупные потребительские ожидания населения, в IV квартале 2013г. снизился на ** процентных



пункта (п.п.) по сравнению с III кварталом 2013г. и понизился на **%. В III квартале 2013г. показатель составлял минус **%.

.....

Диаграмма 2. Индекс потребительской уверенности в 2012-2013 гг. (%)



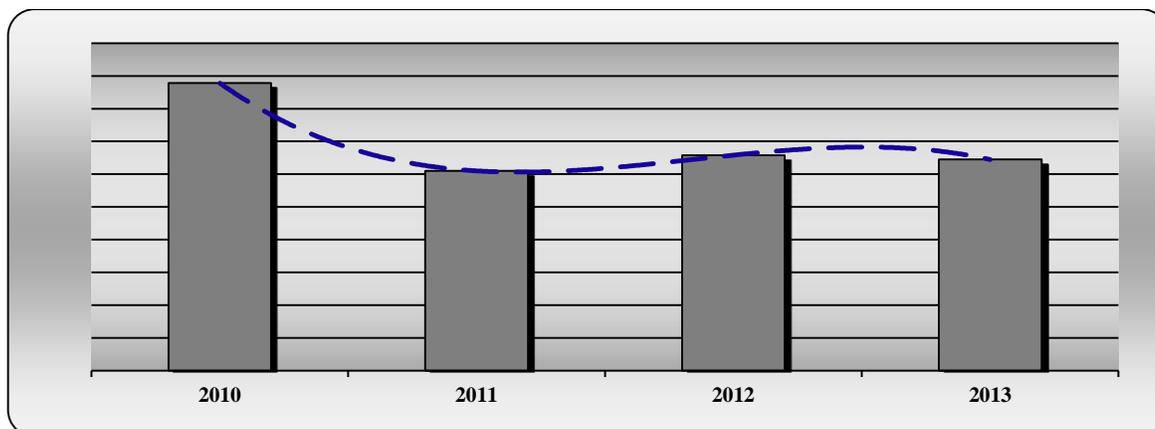
Источник: ***, 2014

Уровень инфляции

Инфляция в РФ по итогам 2013 года составила **% против **% годом ранее, в декабре рост потребительских цен в месячном выражении также замедлился — до **% с **% в ноябре.

Больше всего в 2013 году подорожали продовольственные товары — на **% и услуги — на **%. Непродовольственные товары стали дороже на **%.

Диаграмма 3. Уровень инфляции за 2010 –2013 гг. (к прошлому году), %

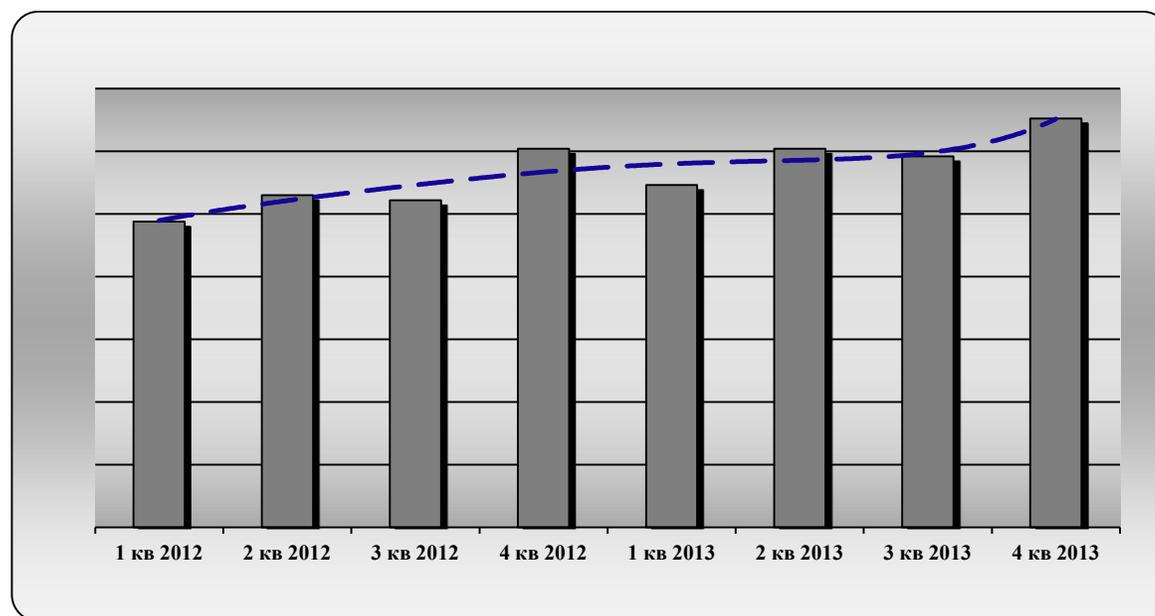


Источник: ***, 2014

Уровень доходов населения

Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата в 3-м квартале 2013 г. составила *** тыс. руб. и по сравнению с 3-м кварталом 2012 г. выросла на ***%.

Диаграмма 4. Динамика среднемесячной номинально начисленной заработной платы в 2012 –2013 гг., тыс. руб.





Источник: ***, 2014

Уровень занятости

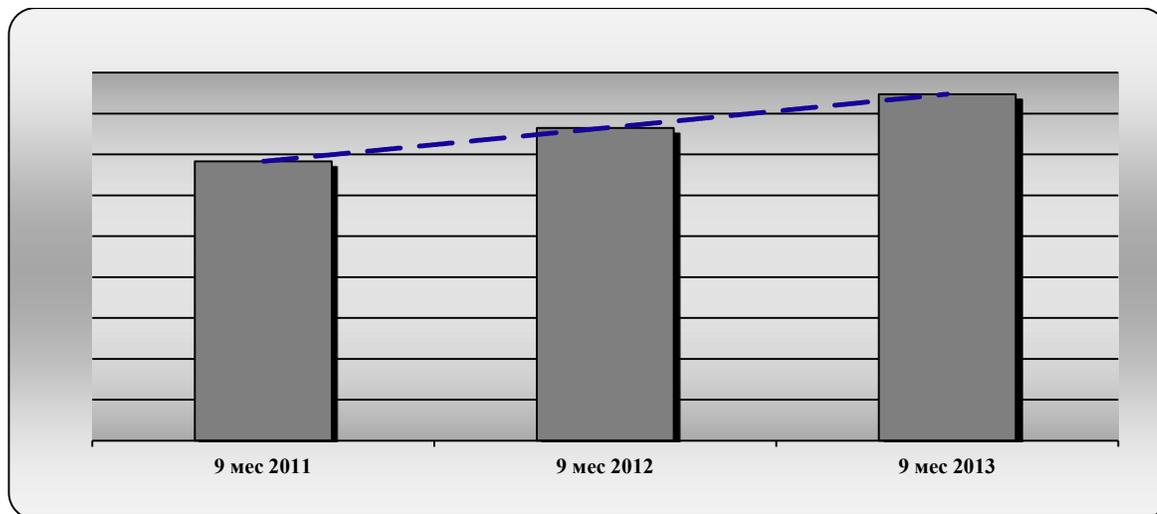
В 2013 г. по данным обследования населения по проблемам занятости численность экономически активного населения составила *** млн. человек, что на *** тыс. человек меньше по сравнению с 2012 годом. Уровень экономически активного населения составил ***% и увеличился по сравнению с 2012 г. на *** п.п.

Численность занятого населения составила ***млн. чел. человек. Уровень занятости составил ***%, увеличившись на 1 п.п.

Розничная торговля

В сентябре 2013г. в структуре оборота розничной торговли удельный вес пищевых продуктов, включая напитки, и табачных изделий составил ***, непродовольственных товаров - ***% (в сентябре 2012г. - ***% и ***% соответственно).

Диаграмма 5. Динамика оборота розничной торговли за период 9 месяцев 2011- 9 месяцев 2013 гг., млрд. руб.



Источник: ***, 2014



Перспективы развития экономики

.....

1.3. ОПИСАНИЕ ОТРАСЛИ

Пищевая промышленность

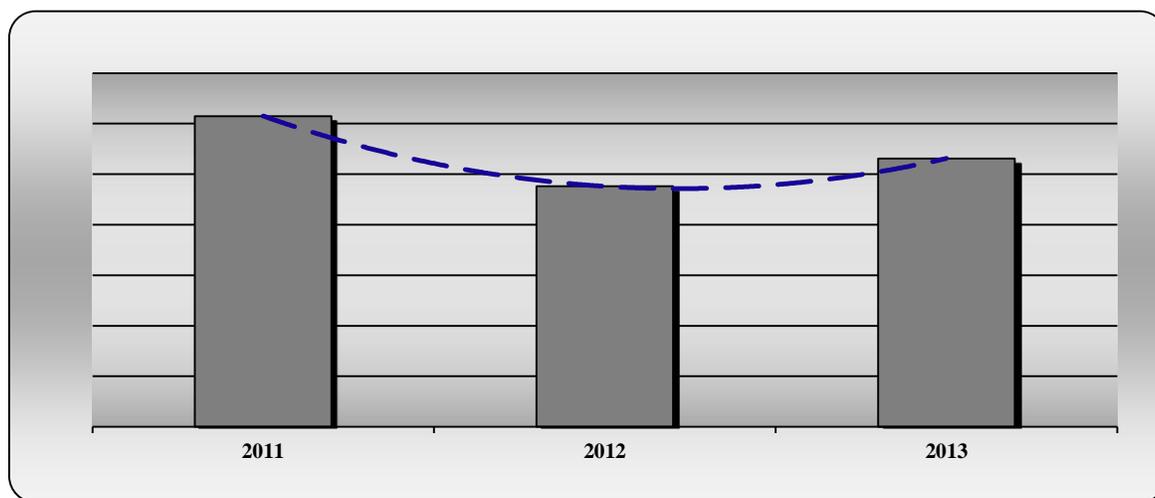
Пищевая промышленность - отрасль лёгкой промышленности, совокупность производств пищевых продуктов в готовом виде или в виде полуфабрикатов, а также табачных изделий, мыла и моющих средств, парфюмерно-косметической продукции. В системе агропромышленного комплекса пищевая промышленность тесно связана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

.....

Сельское хозяйство

В 2013 году индекс производства продукции сельского хозяйства в хозяйствах всех категории, по предварительным данным, составил ***% к 2012 г.

Диаграмма 6. Индекс производства продукции сельского хозяйства за 2011 –2013гг., в % к предыдущему году.



Источник: ***, 2014.

.....



По прогнозу Министерства экономического развития, после коррекции в 2013 году сельское хозяйство выйдет на темп роста ***%. При этом бюджетные ассигнования будут снижаться (особенно в реальном выражении). Погектарные субсидии, которые рекламировались как основное «средство борьбы» с ВТО, понизятся с *** руб./га в 2013 г. до *** руб./га в 2014 г (федеральный бюджет).

.....

Стратегия развития пищевой и перерабатывающей промышленности до 2020 г.

Стратегией развития пищевой и перерабатывающей промышленности до 2020 г. предусмотрено осуществить более 50 инвестиционных проектов, включающих строительство предприятий по производству плодоовощных консервов, розливу соков, сушке и замораживанию овощей.

.....

Таблица 2. Индикаторы развития пищевой и перерабатывающей промышленности до 2020 года

Показатели	2014 год	2016 год	2017 год	2018 год	2019 год	2020 год
Прирост мощностей по убою скота и его первичной переработке (тыс. тонн мяса на кости в год)						
Индекс производства пищевых продуктов, включая напитки, и табака (процентов)						

Источник***

Таблица 3. Объемы инвестиций в развитие ряда отраслей пищевой и перерабатывающей промышленности до 2020 года, млн. руб.

Показатели	2014 год	2015 год	2016 год	2017 год	2018 год	2019 год	2020 год
Мясная промышленность							



Индекс физического объема инвестиций в основной капитал отраслей пищевой промышленности (процентов)							
--	--	--	--	--	--	--	--

Источник: ***

Поддержка сельского хозяйства

.....



2. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА ПРОДУКТОВОГО РИТЕЙЛА

2.1. Сегментация рынка продуктового ритейла

Рынок детского питания можно условно разделить на два основных сегмента: основное питание (молочные смеси, каши) и так называемый прикорм (овощные, фруктовые, мясные консервы, соки и пр.). Доля продуктов прикорма составляет свыше ***, а доля основного питания – менее **% (в денежном выражении). В последние годы наметилась тенденция ежегодного сокращения доли молочных смесей и рост сегмента прикорма. Так, несколько лет назад доля продуктов прикорма составляла менее **%.

Среди основных сегментов рынка по видам продукции можно выделить следующие:

- Пюре
- Смеси
- Йогурты, творожки и подобные молочные продукты
- Соки
- Каши
- Молоко
- Кефир
- Печенье
- Чай
- Вода
- Мюсли
- И другие продукты детского питания



Таблица 4. Доли видов детского питания в стоимостном выражении

Категория продукции	0-36	0-12	13-24	25-36
Детское питание в целом	100%	100%	100%	100%
Пюре				
Смеси				
Йогурт/творожок и т.п.				
Соки				
Каши				
Молоко				
Кефир				
Печенье				
Чай				
Вода				
Другое питание				
Мюсли				

Источник: ***

2.2. Ценовая сегментация и ценообразование на рынке

Ценообразование на рынке

Конечная цена детского питания варьируется в зависимости от каналов дистрибуции. Маржа на рынке детского питания достигает ***%.

На стоимость детского питания обычно влияют следующие факторы:

- Расходы на доставку (таким образом, стоимость импортной продукции значительно выше);
-

На стоимость детского питания также влияют следующие показатели:

- Степень и качество измельчения продукта.

.....

Ценовая сегментация рынка

На рынке детского питания принято выделять три основных ценовых сегмента:



- Низкий ценовой сегмент

Этот сегмент в большей степени представлен российскими компаниями, такими как

.....

- Средний ценовой сегмент

Этот ценовой сегмент представлен в основном продукцией крупных западных компаний,

таких как, как

- Высокий ценовой сегмент

На долю данного сегмента приходится около 15% рынка. Данный сегмент представлен продукцией следующих игроков:

Таблица 5. Распределение марок детского питания по ценовым сегментам

Марка	Сегмент	Цена, руб.
Молочные продукты		
Агуша	низкий	
Сухие смеси		
Hipp Combiotic		
NutriciaNutrilon Premium		
Nestle Nan		
Friso		
Нэнни		
Humana		
Semper Baby		
Enfamil Premium		
Nestle Nestogen		
Frisolac (коробка)		
Similac (коробка)		
Безмолочные каши		
Nestle Помогайка		



Humana		
Беби Ситтер		
Remedia		
Hipp		
Fleur Alpine		
Heinz		
Bebi		
Белпак		
Агуша		
Молочные каши		
Мамако		
Бибикаша		
Nestle		
Heinz		
Bebi		
Агуша		
Фрутоняня		
Малютка		
Фруктовые пюре		
Hipp		
Semper		
Gerber		
Humana		
Fleur Alpine		
Heinz		
Фрутоняня		



Бабушкино лукошко		
Bebi		
Мясоовощные пюре		
Hipp		
Semper		
Humana		
Bebi		
Gerber		
Heinz		
Фрутоняня		
Бабушкино лукошко		
Мясные пюре		
Heinz		
Агуша		
Тема		
Bebi		
Бабушкино лукошко		

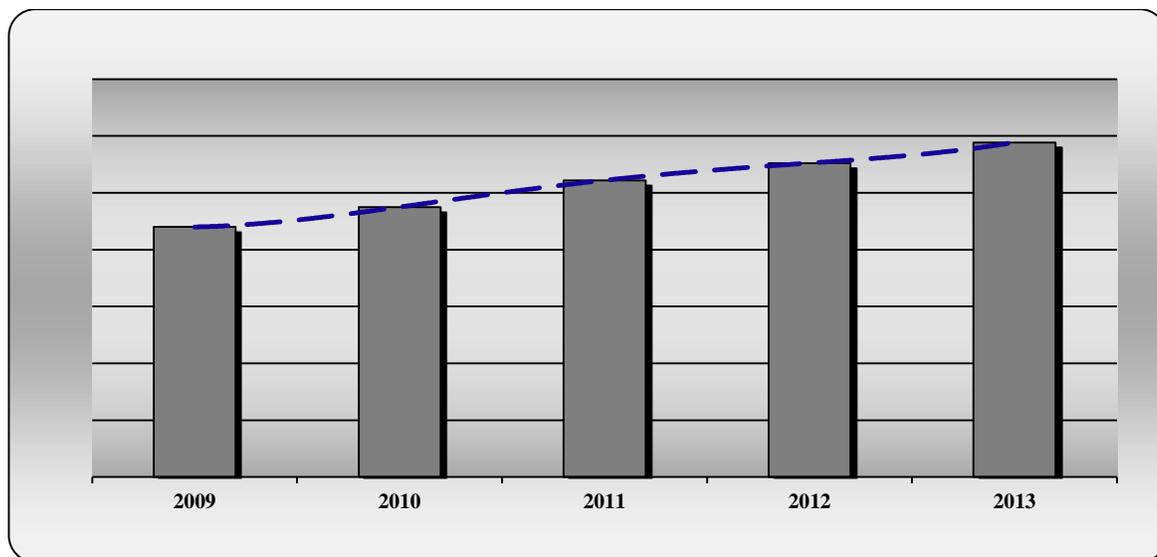
Источник: ***

В последние годы установился устойчивый спрос на недорогую продукцию детского питания отечественного производства. Эта тенденция сопровождалась ростом спроса на продукцию среднего ценового сегмента в связи с улучшением финансовых возможностей россиян. Однако в условиях кризиса, спрос на продукцию высокого и среднего ценового сегмента сокращается, а доля продукции отечественных производителей напротив стабильно растет.

Динамика потребительских цен на рынке

Средние цены за 1 кг сухих молочных смесей за 2013 год составили *** рублей. В 2012 году этот показатель составил *** рубля. Темп роста составил ***%.

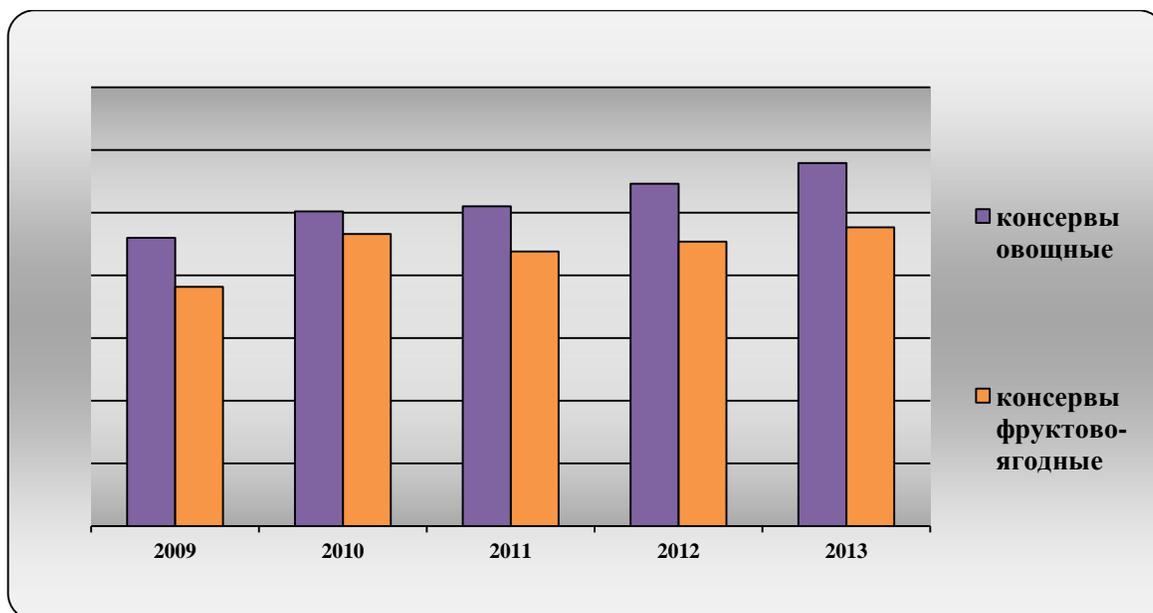
Диаграмма 7. Динамика цен на сухие молочные смеси для детского питания за период 2009-2013 гг., рублей за 1 кг



Источник: ***, 2013

.....

Диаграмма 8. Динамика цен на консервы для детского питания за период 2009-2013 гг., рублей за 1 кг.



Источник: ***, 2013



Темпы роста цен на отдельные категории детского питания будут увеличиваться в зависимости от уровня инфляции и от цен на сырье для производства той или иной продукции детского питания.

3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА

3.1. ОБЪЕМ И ЕМКОСТЬ РЫНКА

Главными факторами роста рынка стали увеличение рождаемости, рост доходов россиян, а также изменение стиля жизни и культуры потребления.

Сегмент детского питания сейчас является самым быстрорастущим в мире среди продуктовых рынков. В России увеличение рынка объясняется в том числе и ростом рождаемости, и изменением образа жизни женщин: все больше родителей перестают тратить время на приготовление пищи, покупая готовые смеси, консервы и каши быстрого приготовления.

.....

Но даже при таких внушительных показателях роста российский рынок уступает европейскому, особенно в сегменте смесей и каш для детей до трех лет. В России на одного малыша, находящегося на искусственном вскармливании, приходится около *** кг детских молочных смесей в год, в то время как в западных странах - Польше, Германии - этот показатель в среднем составляет *** кг, а во Франции - *** кг.

Причина такого положения дел, по мнению компании *** Россия и Казахстан, заключается в недостаточном уровне осведомленности родителей о сбалансированном питании. "Российские мамы преждевременно переводят детей на взрослые продукты, в то время как педиатры рекомендуют кормить ребенка детским питанием до 3 лет и даже больше. Доказано, что взрослая пища хуже усваивается растущим организмом и в ней не хватает жизненно важных для ребенка витаминов и минералов».



.....

Эксперты выделяют ряд проблем, которые существуют в секторе детского питания. Во-первых, рынок не отнесен четко к какому-либо ведомству, это может негативно сказываться на деятельности малых компаний. Во-вторых, в России существуют проблемы с законодательно утвержденными нормами безопасности детского питания - отдельный регламент по этому поводу еще не принят. "Продукты детского питания регламентируются отдельно в различных документах", - отмечают аналитики "Экспресс-Обзора".

.....

Таблица 6. Динамика производства детского питания в России за 2011-2012 гг.

Продукты	2010 год	2011 год	2012 год	2013 год	Темп роста (2013/2012)
Продукты и консервы мясные детские (тыс. условных банок) – всего					
		в том числе:			
продукты гомогенизированные из мяса, мясных субпродуктов или крови, кроме колбасных изделий, для детского питания					
продукты для детей раннего возраста мясные (мясосодержащие) специализированные					
Жидкие и пастообразные молочные продукты для детей раннего возраста (тонн) – всего					
		в том числе:			
молоко питьевое для питания детей раннего возраста					
творог для питания детей раннего возраста					
Сухие молочные смеси, включая кисломолочные, для детей раннего возраста (тонн) – всего					
		в том числе:			
молоко сухое для питания детей раннего возраста					



смеси сухие молочные для детей раннего возраста					
питание детское на молочной основе сухое					
Творог для детского питания, в том числе обогащенный (тонн)					
Флодоовощные консервы детские, включая соки для детей (тыс. условных банок), – всего					
		в том числе:			
овощи гомогенизированные консервированные без уксуса, незамороженные для детского питания					
продукты плодово-ягодные гомогенизированные для детского питания					
соки для детей					
Смеси пищевых продуктов гомогенизированные для детского питания (тыс. условных банок)					
Питание детское на молочной основе жидкое или пастообразное (тонн)					
Сухие продукты детского питания на злаковой основе (тонн) – всего					
		в том числе:			
питание детское на мучной основе сухое					
питание детское – смеси на гречневом, рисовом, овсяном отварах					
Питание детское – консервы мясные, плодoовощные и фруктовые гомогенизированные (тыс. условных банок)					

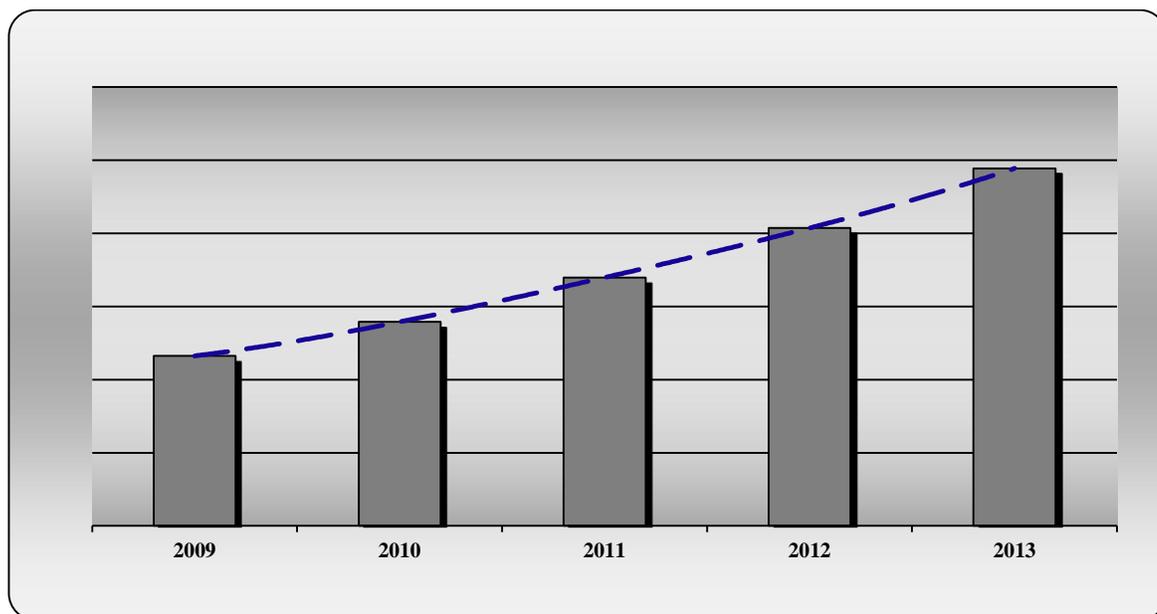
Источник: ***, 2014

3.2. ТЕМПЫ РОСТА РЫНКА

В течение последних нескольких лет рынок в целом демонстрирует высокие темпы роста на уровне ***%.



Диаграмма 9. Объем Рынка в стоимостном выражении за период 2009-2013 гг., млрд. руб.



Источник: ***, 2014

Объем рынка в 2013 году составил, по информации компании Маркет Аналитика, *** млрд. руб. и рост к 2012 г. -***%.

Таблица 7. Прогноз российского производства и импорта детского питания в России, %

	Российское производство, 2012 год	Российское производство, 2020 год	Импорт, 2012 год	Импорт, 2020 год
Рынок детских товаров в целом				
Детское питание				

Источник: ***

На состоянии рынка сказываются текущие макроэкономические условия, вызывающие снижение рождаемости,



4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА

4.1. КОНКУРЕНЦИЯ НА РЫНКЕ

В настоящий момент производство детского питания в России находится на достаточно высоком уровне и вполне выдерживает конкуренцию со стороны западных предприятий. Импортная продукция в РФ в основном представлена

Таблица 8. Основные производители и марки детского питания на рынке России.

Наименование предприятия	Марки
ОАО «Детское питание «Истра-Нутриция»	
	«Афенилак», «Крошка», «Нутрилак», «Нутриэн», «Тетрафен», «Фемилак»

Источник: ***

Крупнейшими производителями детского питания являются:

- Nestle
- Nutrilon
-

В 2012 году на рынке детского питания продолжалась консолидация. Мелкие игроки постепенно вытесняются с рынка, а доля основных производителей, напротив, увеличивается. Так, в 2012 г. на TOP 5 производителей детского питания пришлось ***% оборота категории.

Согласно данным ***, доля *** на российском рынке детского питания в денежном выражении составляет ***%. Следом идут компании *** и *** – ***% и ***% соответственно. В сегменте детских смесей и каш ситуация несколько иная – в 2012 году здесь заметны два неоспоримых лидера. Nestle со своим ключевыми брендами Nestogen и *** (***% сегмента в денежном выражении за период январь-октябрь 2012) и Nutricia с брендами Nutrilon, *** и *** (***% за аналогичный период). Доли всех остальных игроков, включая Вимм-Билль-Данн с брендом ***, не превышают ***%.



4.2. ОПИСАНИЕ ПРОФИЛЕЙ КРУПНЕЙШИХ ИГРОКОВ РЫНКА

«ВИММ-БИЛЬ-ДАНН»

О компании

Компания «Вимм-Билль-Данн» - лидер рынка молочных продуктов и детского питания в России и один из ведущих игроков рынка безалкогольных напитков в России и странах СНГ. История компании началась в 1992 году, когда «Вимм-Билль-Данн» выпустил соки в пакетах.



**ВИММ-
БИЛЬ-
ДАНН**

Количество сотрудников

Более 16 тысяч человек

Направления деятельности

Производство и продажа:

- Молочных продуктов;
- Детского питания;
- Безалкогольных напитков.

Ассортиментный портфель и портфель брендов в сегменте детского питания

Компания производит

- молочную продукцию, основные бренды:
 -

География деятельности

.....

Показатели деятельности

.....

Преимущества

- Большие незагруженные производственные мощности, что дает потенциал для

Планы по развитию



Стратегия компания «Вимм-Билль-Данн» – производить продукцию в том регионе, где они потребляются. Программа развития компании

«ПРОГРЕСС»



О компании

ОАО «ПРОГРЕСС» - динамично развивающаяся российская производственная компания, являющаяся лидером на отечественном рынке детского питания. Ранее входила в состав ОАО «Лебедянский». Основной производственной площадкой компании является завод «ПРОГРЕСС», расположенный в городе Липецк. Завод оснащен самым современным оборудованием ведущих мировых производителей. Производительность завода - более 1000 млн. упаковок в год.

История компании «ПРОГРЕСС» начинается с 10 сентября 1987 года, когда между Госагропромом РСФСР, шведским концерном «Тетра Пак» и бразильскими компаниями «Сукоситрико Кутрале С.А.» и «Ситросуко Паулиста С.А.», выступающими как фирма «Тесуси Б.В.» был подписан протокол о намерениях строительства завода. Завод был построен всего за один год, и 27 сентября 1990 года состоялось официальное открытие совместного советско-шведско-бразильского предприятия «ПРОГРЕСС».

.....

**Таблица 10. Сравнительная характеристика крупнейших игроков (производителей)
российского рынка детского питания**

Название компании	Год основания компании	Ассортиментный портфель и портфель брендов	География деятельности	Показатели деятельности	Преимущества	Планы по развитию



«Вимм-Билль-Данн»						
ОАО «ПРОГРЕСС »						

Источник: «Маркет Аналитика»

5. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ

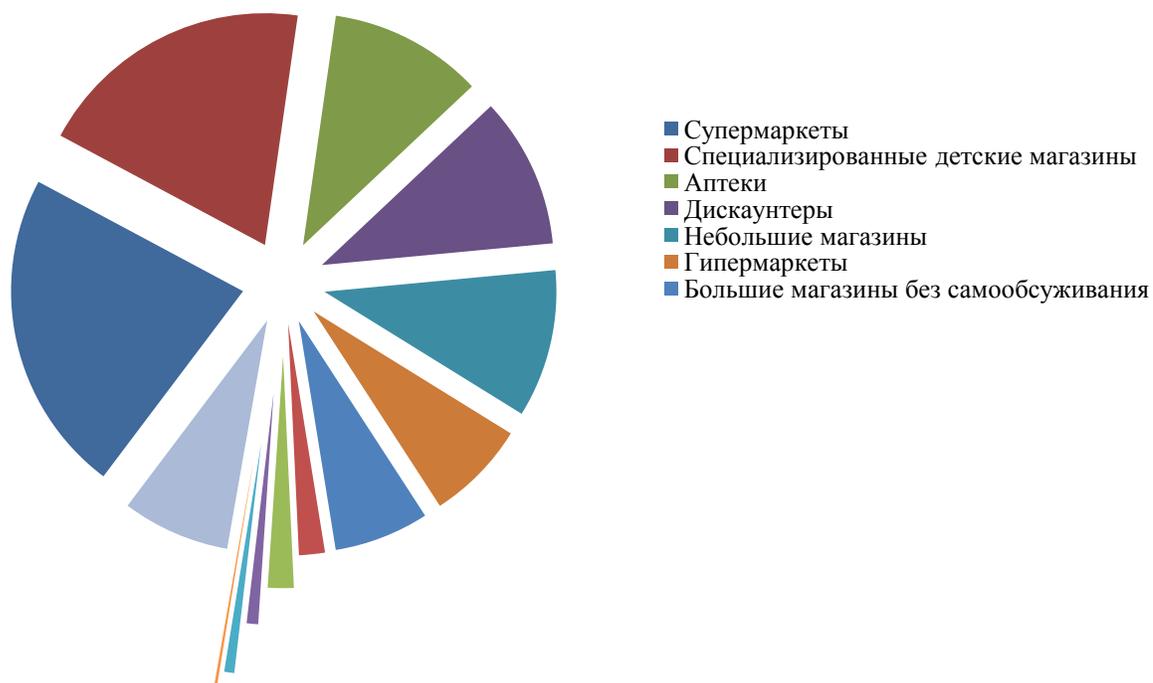
5.1. ОПИСАНИЕ РОЗНИЧНОГО СЕГМЕНТА

На сегодняшний день основным каналом сбыта товаров для детей являются традиционные сетевые предприятия розничной торговли. По оценкам специалистов рынка, на их долю приходится около ***% продаж товаров для детей. Остальные объемы распределены по другим каналам.

Структура продаж детского питания в России имеет ряд особенностей. Детское питание – особый продукт, предполагающий особые условия хранения питания, процесс реализации, которого подразумевает консультационные услуги. Поэтому детское питание реализуется не только через обычные магазины, а также через специализированные магазины, аптеки и так далее.

.....

Диаграмма 2. Места покупок детского питания по частоте и затратам на одну покупку



Источник: ***

Необходимо отметить, что специализированные детские магазины показывают самые высокие темпы роста, и, при сохранении такой тенденции, этот канал скоро может выйти на лидирующую позицию. Успех канала складывается из двух составляющих – достаточно высокой частоты покупок в этом канале (***) раз за квартал, то есть *** раза в месяц), а также самых высоких затрат на покупку в данном канале, то есть максимальный объем покупки именно в специализированных детских магазинах. Среди других каналов реализации детского питания можно обозначить молочные кухни, киоски при детских поликлиниках и другие.

Таблица 11. Места покупок детского питания по частоте и затратам на одну покупку

	Доля канала (%)	Частота покупок (за квартал)	Затраты на одну покупки (руб.)
Супермаркеты			
Специализированные детские магазины			
Аптеки			
Дискаунтеры			
Небольшие магазины			
Гипермаркеты			
Большие магазины без			



самообслуживания			
Cash & Carry			
Киоски / Павильоны			
Рынки/ Уличная торговля			
Торговые центры			
Специализированные детские рынки			
Другое			
ВСЕГО			

Источник: ***

У некоторых других каналов, таких как супермаркеты и дискаунтеры также зафиксирована высокая частота покупок детского питания, даже немного выше, чем у детских магазинов – *** и *** за квартал соответственно, однако отмечен более низкий объем одной покупки.

.....

5.2. ТОРГОВЫЕ ТОЧКИ (ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ)

В зависимости от формата на рынке розничной торговли продуктами питания представлены следующие игроки: cash & carry, гипермаркеты, супермаркеты, дискаунтеры, магазины у дома.

Как правило, в области розничной торговли конкуренция идет по следующим параметрам:

- По цене продукции
- По разнообразию предоставляемой продукции
- По географическому охвату

В существующих условиях основополагающим фактором конкуренции является цена продукции. На российском рынке ритейла прослеживается тенденция увеличения доли эконом-класса среди сетевых игроков (рост доли дискаунтеров и гипермаркетов, сокращение доли супермаркетов).

Таким образом, по данным «Ренессанс Капитал», помимо пяти крупнейших игроков российского рынка продуктового ритейла (X5, «Магнит», «Лента», «Дикси», «Седьмой



Континент»), к лидирующим можно отнести «Ашан», Metro Group, ГК «Виктория». Все эти торговые точки могут быть рассмотрены как торговые точки смешанного типа.

5.3. ТОРГОВЫЕ ТОЧКИ (ТОВАРЫ ДЛЯ ДЕТЕЙ)

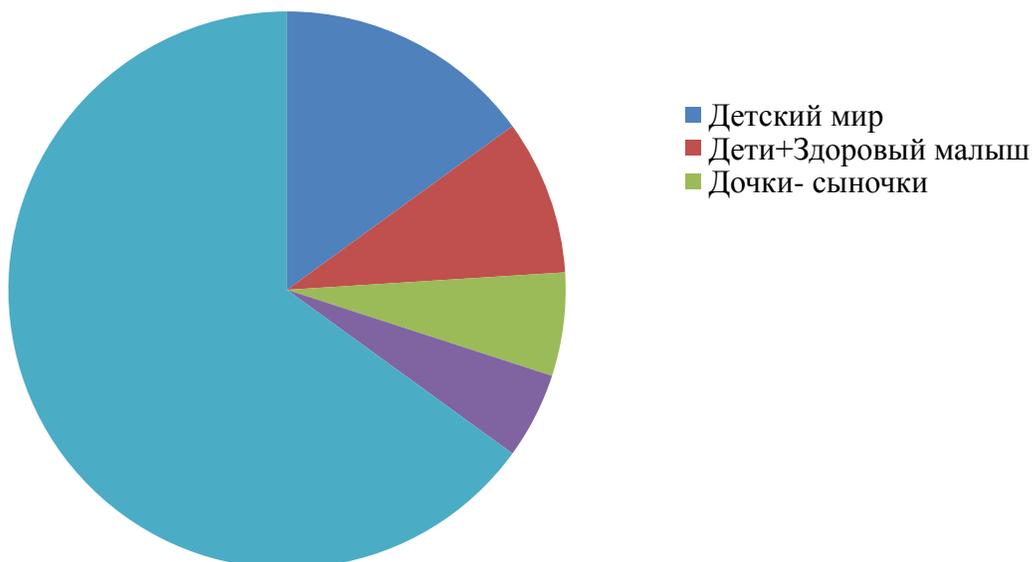
Уровень конкуренции на рынке детских товаров еще не достиг пиковой точки, однако на данный момент он значителен. Конкуренция присутствует в каждом сегменте детских товаров, однако в большей степени ощущается в работе многопрофильных мультитоварных магазинов. В российских регионах уровень конкуренции значительно ниже, чем в Москве и Санкт-Петербурге. По прогнозам экспертов, насыщение рынка детских товаров в Москве может наступить в течение ближайших *** лет. Насыщения рынка в регионах России в ближайшие 5 лет экспертами не прогнозируется.

Тенденции в работе, планировании дальнейшей деятельности для специализированных магазинов характеризуются стремлением еще более сузить свою специализацию, либо выйти на новый уровень работы, не предполагающий дальнейшего развития сети розничных магазинов.

.....

Диаграмма 11. Доли крупнейших игроков детского ритейла в сегменте сетевой розницы.

Россия, %





Источник: ***, 2014

В настоящее время, лидером по числу торговых сетей, специализирующихся на продаже детских товаров, является Центральный федеральный округ. Наибольшее количество сетевых магазинов сосредоточено в Москве и Московской области. Некоторые из сетей даже не выходят за пределы московского региона. Из других областей ЦФО детский ритейл активнее всего развивается в Воронежской области. Наиболее активно осваивают регионы ЦФО сети «Детский мир», «Кораблик».

Таблица 12. Сравнительная характеристика крупнейших ритейлеров в сегменте «Специализированные магазины»

Наименование	Число магазинов (единиц)	Открыто в 2012 году	Площади (кв. метров)	Открыто в 2012 году (кв. метров)	Выручка (млрд рублей)
Детский мир					
Дочки и Сыночки					
Дети					
Академия					
Кораблик					
Смик (Smuc)					
Бегемот					
Бубль Гумм					
Mothercare					
Nati					
Здоровый малыш					
Итого					

Источник: ***

ГК «ДЕТСКИЙ МИР»

«Детский мир» – один из крупнейших в мире розничных магазинов детских товаров. Открывшийся в Москве 5 июня 1957 года, «Детский мир» и по сей день считается





самым крупным в Европе магазином детских товаров. Товарооборот универсама уже в первый год существования составил 93 миллиона рублей

Сеть магазинов «Детский мир» (ОАО «Детский мир – Центр») осуществляет розничную торговлю товарами для детей и состоит из 195 форматных супер- и гипермаркетов «Детский мир», общей торговой площадью 291 тыс. кв.м. Количество сотрудников -8,4 тыс. чел.

ОАО «Детский мир – Центр» является управляющей компанией ОАО «Детский мир – розничные активы», владеющим недвижимостью.

ООО «Компания «С-Тойз» создана в 2001 году, в состав Группы вошла в 2005 году, является ведущим российским импортером и эксклюзивным дистрибьютором игрушек всемирно известных брендов.

«Детский мир» Гмбх осуществляет оптовые поставки.

«Детская Галерея «ЯКИМАНКА» - крупнейший в Европе и первый в России детский торговый центр класса «люкс» формата “Full Concept Shop”. Галерея предоставляет широкий выбор товаров для детей до 16 лет. Торговая площадь Галереи составляет более 2600 кв.м.

Формат магазинов

Формат магазинов сети «Детский мир» - это супер- и гипермаркеты. ГК «Детский Мир» были приняты за основу три корпоративных стандарта магазинов:

Торговая площадь - 1000-1500 кв.

Торговая площадь - 1500-2500 кв.

Торговая площадь - более 2500 кв. м.

Ассортиментный портфель

Магазины сети предлагают покупателям более 50 тысяч наименований товаров для детей в возрасте до 14 лет, включая игрушки, одежду, обувь, детское питание, наборы для творчества, школьно-письменные, канцелярские, спортивные товары, книги, а также товары по уходу за детьми.

•



География деятельности

На сегодняшний день сеть «Детский мир» состоит из состоит из *** форматных супер- и гипермаркетов «Детский мир», общей торговой площадью *** тыс. кв.м. в *** городах России и Казахстана.

Показатели деятельности

.....

Планы по развитию

.....

MOTHERCARE

О компании

Сейчас в сети MOTHERCARE более 300 магазинов в Великобритании и почти 200 в 35 странах мира. История развития торговой марки MOTHERCARE в России началась в 1994 году с открытия первого магазина в Москве.

Ассортиментный портфель

- Товары для будущих мам
- На каждый день
- Мода
- Белье и купальники
-

География деятельности

В настоящий момент в России работает 70 магазинов Mothercare.

В Москве - 37 магазинов.

Планы по развитию

.....



.....
Таблица 13. Сравнительная характеристика крупнейших операторов рынка розничной торговли по продаже детских товаров

Название сети	Управляющая компания	Год основания сети	Количество магазинов	География деятельности	Формат магазинов	Ассортиментный портфель	Ценовая политика	Планы по развитию
«Детский мир»								

Источник: ***

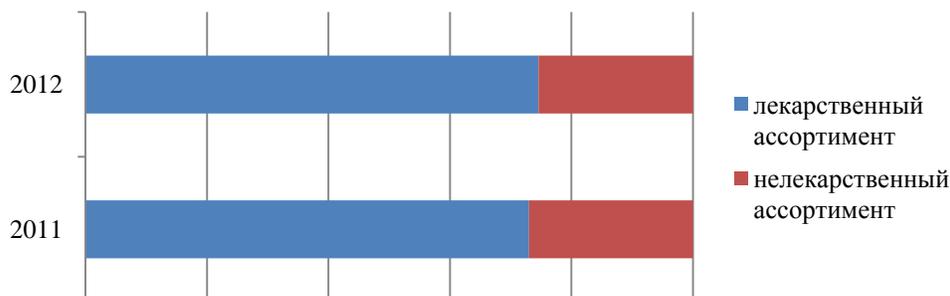


5.4. АПТЕЧНЫЕ СЕТИ

Аптечный сектор демонстрирует тенденцию уверенного роста. Традиционными локомотивами отрасли по-прежнему выступают крупные межрегиональные и региональные сети, особенно если учесть, что такие организации демонстрируют динамику роста, заметно опережающую динамику рынка в целом. Национальные сети пока менее активны как с точки зрения количественного развития, так и с позиции динамики рыночной доли.

Безусловный лидер прошлых лет — сеть *** пока не может преодолеть тенденцию потери рейтинговых позиций в дополнение к снижению оборота и рыночной доли.

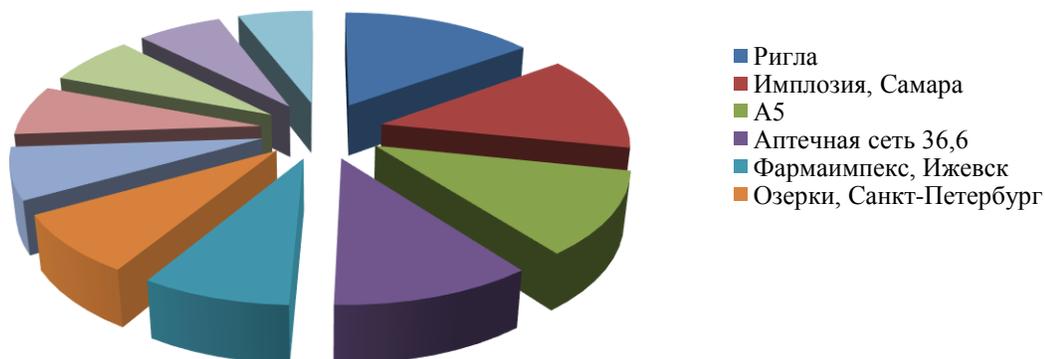
.....
Диаграмма 12. Структура продаж национальных аптечных сетей в разрезе "лекарственный / нелекарственный ассортимент" (%), 2011 -2012 гг. (расчет по стоимостному объему продаж)



Источник: ***

В настоящее время рассматривается вариант возможного разрешения продажи отдельных безрецептурных препаратов в торговых сетях.

Диаграмма 13. TOP 10 аптечных сетей по объему продаж, млрд. руб., 2012 г.



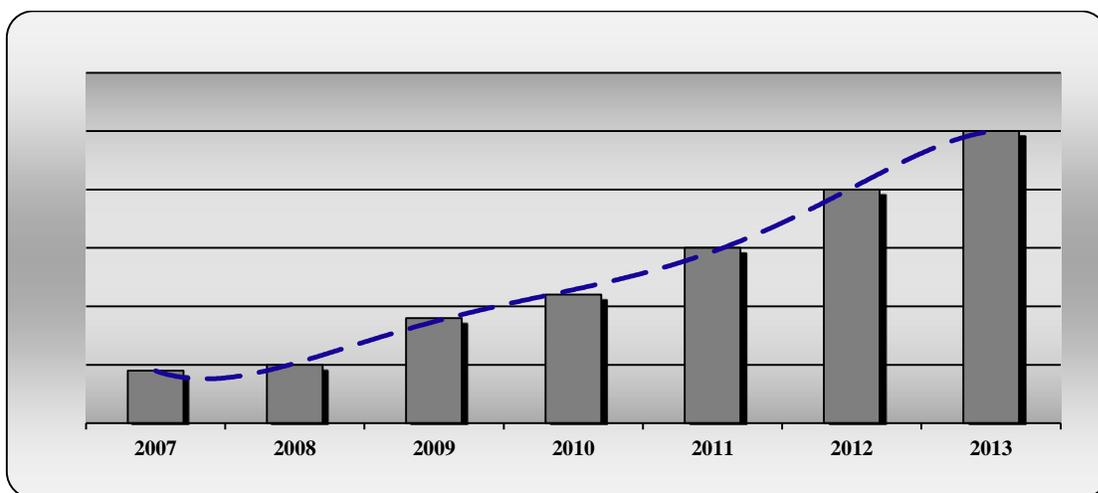
Источник: ***

.....

5.5. ИНТЕРНЕТ - МАГАЗИНЫ

Российский онлайн-ритейл несколько лет подряд демонстрирует феноменальные темпы роста — ***% в год. Доля онлайн-продаж в России составляет, по разным оценкам, от *** до ***% общего объема розничной торговли. Россияне через сеть покупают товаров и услуг более чем на *** млрд долларов ежегодно, а число интернет-магазинов превысило *** тысяч. По оценке агентства ***, на покупки в сети у нас тратят не менее *** млрд долларов.

Диаграмма 14. Динамика интернет - торговли в России, млрд. руб., 2007-2013 гг.



Источник: ***



6. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

6.1. ОПИСАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО СЕГМЕНТА

Потребителями продукции Рынка являются дети в возрасте от 0 до 3 лет. По данным переписи 2002 года численность детей в возрасте от 0 до 4 лет составила около *** млн. человек. В 2007 году этот показатель составил *** млн. человек, в 2013- *** млн. человек. Таким образом, важным фактором, влияющим на развитие Рынка, является рост рождаемости.

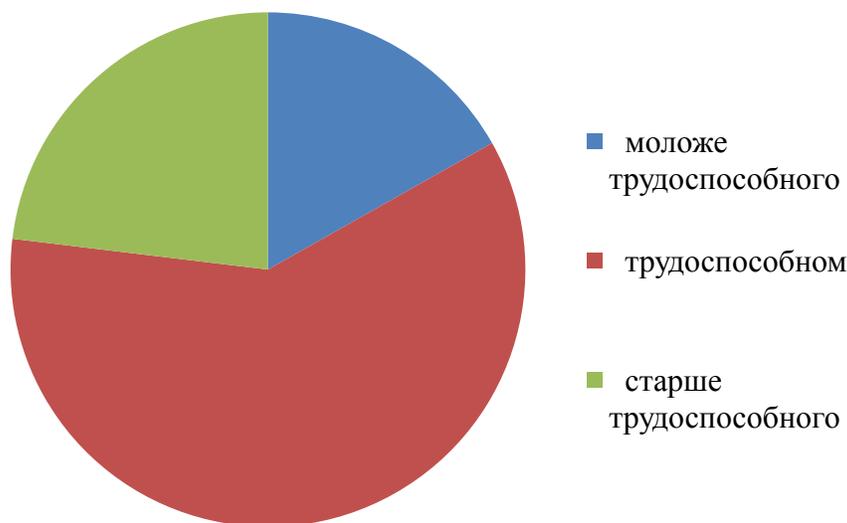
Таблица 14. Число родившихся в России по годам за период 2008-2012 гг., тысяч человек

2008	2009	2010	2011	2012

Источник: ***

.....

Диаграмма 15. Возрастной состав населения России в 2012 году, % от общей численности населения



Источник: ***

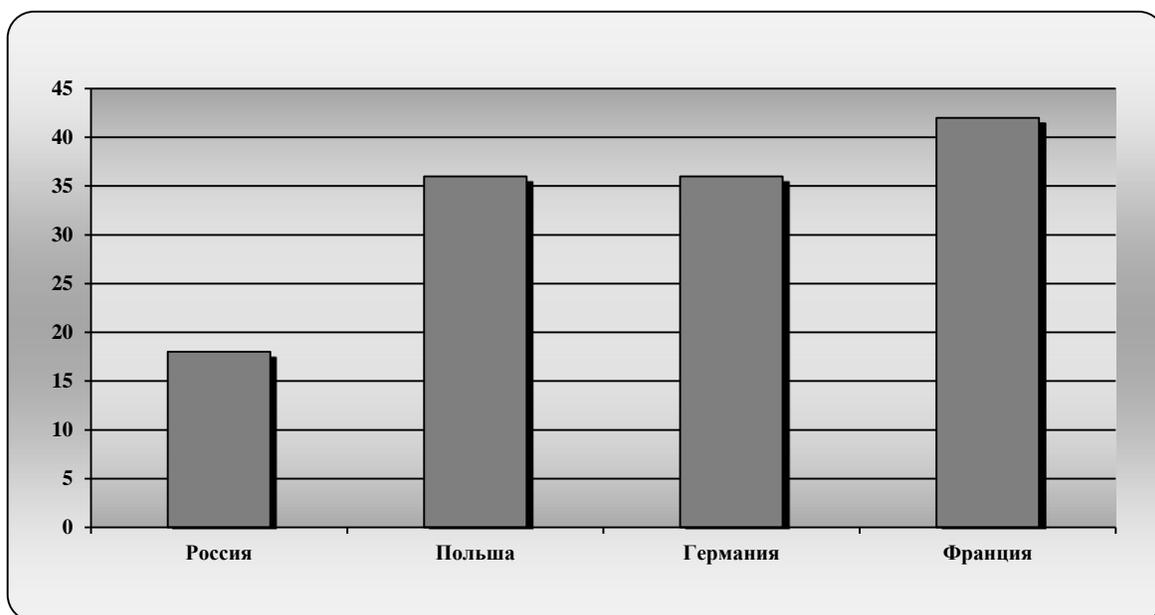


.....

6.2. ОБЪЁМ ПОТРЕБЛЕНИЯ НА РЫНКЕ

Российский рынок детского питания характеризуется крайне низким уровнем потребления по сравнению с некоторыми европейскими странами и США. В России данный показатель составляет лишь *** кг в год на одного ребенка и значительно уступает показателям стран Западной Европы, где на одного ребенка в среднем приходится не менее *** кг детского питания.

**Диаграмма 18. Уровень потребления детского питания и в некоторых странах мира.
(Килограмм на одного ребенка в год)**



Источник: ***

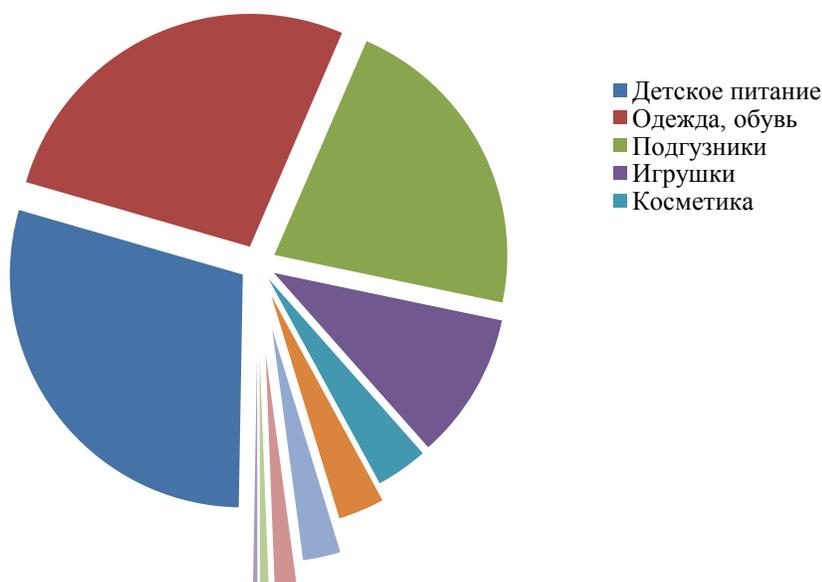
Эксперты прогнозируют, что в будущем в связи с ростом рождаемости, а также со смещением потребительских предпочтений в сторону готовых продуктов промышленного производства, потребление будет значительно расти. В долгосрочной перспективе темпы роста рынка будут составлять не менее ***% в год.



6.3. ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ НА РЫНКЕ

Детское питание в первые три года занимает лидирующие позиции в структуре расходов на товары для детей (исключая товары длительного использования) - **%, а также одежда и обувь **%. На третьем месте по объему расходов на детей от 0 до 3 лет занимают подгузники **%.

Диаграмма 19. Структура затрат на товары для детей до 3 лет



Источник: **

При этом на первом году жизни ребенка затраты на подгузники составляют свыше **% от всех затрат на ребенка, а на питание **%. Это объясняется фактическим отсутствием затрат на питание в первые полгода жизни ребенка при грудном вскармливании, в то время как этот же период является периодом самого активного использования подгузников. По мере роста ребенка затраты на питание увеличиваются, при этом неуклонно снижаются траты на подгузники.

Таблица 15. Корзина детских товаров в целом (% по стоимости).



Категория продукции	Возраст ребенка (в месяцах)			
	0-36	0-12	13-24	25-36
Всего				
Подгузники				
Влажные салфетки				
Средства для стирки				
Ополаскиватели для тканей				
Косметика				
Детское питание				
Аксессуары по уходу				
Одежда, обувь				
Игрушки				
Другое				

Источник: ***

.....

7. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

7.1. ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА

Тенденции в потребительском сегменте

- Высокие темпы роста спроса на разнообразные детские продукты промышленного приготовления:
-

Тенденции в количественных показателях рынка

- Сохранение российским рынком детского питания позиции одного из самых динамичных сегментов на продовольственном рынке.

.....

Тенденции на конкурентном поле



- Более высокие темпы роста специализированных детских магазинов по сравнению с другими торговыми точками. Высока вероятность выхода этого канала на лидирующую позицию.
-

7.2. PEST-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 16. PEST-анализ российского рынка детского питания

Факторы внешней среды	Влияние факторов
Политические	
Законодательная база	• (+)
	• (-)
Государственные стандарты и нормы	• (-)
	• (-)
Таможенное законодательство	
Экономические	
Воздействие мировой экономически на экономику страны;	• (+)
	• (-)
	• (+)
Состояние кредитной системы;	
Динамичный образ жизни в городах.	
Социальные	
Ухудшение материального положения населения России;	• (+)
	• (+)
Сокращение денежных доходов населения.	• (+)
	• (+)
Технологические	
• Разработка новых технологий производства	• (+)
	• (-)
• Моральное устаревание оборудования	• (+)

Источник: ***

Таким образом, среди **факторов, благоприятствующих** развитию Рынка можно отметить следующие:

- Сокращение доли импортной продукции, что способствует развитию отечественного производства.



-

Среди **проблем**, с которыми сталкиваются производители, можно отметить:

- Последствия экономического кризиса:
-

7.3. РИСКИ И БАРЬЕРЫ ПРИ ВЫХОДЕ НА РЫНОК

Барьерами для выхода на рынок нового игрока могут стать следующие факторы:

- **Отсутствие собственных средств**

.....

- **Узкий ассортимент**

.....

- **Низкая степень лояльности потребителей**

.....

Рисками для компаний, существующих на рынке, могут стать:

- **Высокий уровень конкурентной борьбы,**
- **Отсутствие средств (инвестиций)**
- **Рост цен на сырьё,**



Маркет
Аналитика

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

По поводу приобретения готовых маркетинговых исследований компании «Маркет Аналитика» обращайтесь по указанным контактам.

Контактная информация:

Телефон: +7 (495) 720-13-80

E-mail: info@marketanalitika.ru

WWW.MARKETANALITIKA.RU