



Маркет
Аналитика

ДЕМО-ВЕРСИЯ.

**РОССИЙСКИЙ РЫНОК КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ.
МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РЫНКА**

Москва, октябрь 2013



СОДЕРЖАНИЕ

I. ВВЕДЕНИЕ

II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

III. АНАЛИЗ РЫНКА КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА

- 1.1. Понятие услуги
- 1.2. Показатели социально-экономического развития
- 1.3. Описание отрасли
- 1.4. Резюме по разделу

2. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ

- 2.1. Сегментация Рынка по ассортименту
- 2.2. Сегментация Рынка по технологии производства
- 2.3. Ценовая сегментация Рынка
- 2.4. Сезонность на Рынке
- 2.5. Резюме по разделу

3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ

- 3.1. Объем производства
 - Карамель
 - Жевательная резинка
 - Драже
- 3.2. Объем импорта и экспорта
 - Импорт
 - Экспорт
- 3.3. Объем и темпы роста Рынка



3.4. Резюме по разделу

4. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ

4.1. Особенности сбытовой политики на Рынке

Производители

Дистрибуторы

Розница

4.2. Резюме по разделу

5. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА

5.1. Описание потребителей на Рынке

5.2. Потребительские предпочтения на Рынке сахаристых КИ

5.3. Резюме по разделу

6. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

6.1. Основные тенденции Рынка

6.2. STEEPLE-анализ рынка

6.3. Риски и барьеры при выходе на рынок

IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

Приложение 1. Средние потребительские цены на кондитерские изделия,
руб.

Приложение 2. Структура производства карамели

Приложение 3. Дистрибуторы кондитерских изделий



ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Цель исследования

Оценка ситуации на рынке кондитерских изделий (карамель, мягкая карамель, драже, леденцы, жевательная резинка). В индивидуальной упаковке и с какой-либо фишкой (игрушка, сюрприз, карамель-свисток).

Задачи исследования

- Оценка ситуации на рынке кондитерских изделий в индивидуальной упаковке:
 - Структура
 - Объем производства
 - Емкость
 - Данные продаж
 - Каналы сбыта
 - Предпочтения потребителей
 - Конкуренты (дистрибьюторы, производители, бренды)
- Выявить продовольственные оптовые и розничные рынки Москвы и МО, их перспективность для выхода (кол-во ИП, проходимость, др. показатели для сравнения)

Предмет исследования

Рынок упакованных кондитерских изделий (далее Рынок)

География исследования

Москва и МО

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

В качестве источников информации об изучаемом рынке были использованы следующие открытые источники:

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



III. АНАЛИЗ РЫНКА КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА

1.1. Показатели социально-экономического развития

.....

Внутренний валовой продукт (ВВП)

По данным «ФСГС РФ», объем **ВВП** России за 2012г. составил в текущих ценах ... млрд.руб.
Индекс физического объема ВВП относительно 2011г. составил *****%. Индекс-дефлятор ВВП за 2012г. по отношению к ценам 2011г. составил *****%.

Диаграмма. Динамика ВВП за период 2007-2012гг., в текущих ценах, млрд. руб.

.....

Источник:

Индекс физического объема ВВП относительно II квартала 2012г. составил *****%,
относительно I квартала 2013г. - *****%

.....

1.2. Описание отрасли

.....



2. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ

2.1. Сегментация Рынка по ассортименту

Согласно данным «Ассоциация предприятий кондитерской промышленности», наиболее емким сегментом отечественного рынка кондитерских изделий являются **мучные кондитерские изделия**, на долю которых приходится ****%** от общего объема рынка кондитерских изделий в натуральном выражении.

Диаграмма. Структура рынка кондитерских изделий по группам, в натуральном выражении в 2012г., %

.....

Источник:

Сегмент шоколадных изделий занимает ****%** рынка. Соответственно на долю сахаристых кондитерских изделий приходится ****%** (карамель – ***%**, другие сахаристые – ****%**).

.....

2.2. Сегментация Рынка по технологии производства

Сахаристые кондитерские изделия

.....

Шоколадные кондитерские изделия

.....

Мучные кондитерские изделия

.....

2.3. Ценовая сегментация Рынка

Таблица. Средние цены на сахаристые кондитерские изделия в сентябре 2012-2013г.г., руб./кг

Наименование	Сент 2012г.	Сент 2013г.	Темпы роста, %
--------------	----------------	----------------	-------------------



Москва			
Московская область			

Источник:

Итак, по данным «ФСГС РФ» стоимость **сахаристых** кондитерских изделий в **Москве** варьируется от ... руб. за упаковку жвачки, до ... руб. за 1кг зефира и пастилы. За год цены на данные изделия выросли на *-%.

Средние потребительские цены на сахаристые кондитерские изделия в **Московской области** ниже, чем в Москве. Так, цена 1 упаковки жвачки составляет ... руб., 1 кг карамели стоит ... руб., а зефир продается по ... руб./кг. По сравнению с 2012г. жевательной резинки и карамели увеличилась на *-%, в то время как зефир и пастила подешевели на *%.

2.4. Сезонность на Рынке

.....

3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ

3.1. Объем производства

Последние несколько лет отечественные производители стабильно наращивают объемы производства кондитерских изделий. По данным «ФСГС РФ», в 2012г. в России было произведено ... **тыс. тонн** кондитерских изделий, что на *% больше, чем в 2011г. В 2013г. тенденция к росту сохранилась, так за 8 мес. 2013г. производители увеличили выпуск продукции на ***% до ... тыс. тонн.

Диаграмма. Динамика производства кондитерских изделий в РФ за 2006-2012г.г., тыс. тонн



.....
Источник:

Основным регионом производства кондитерских изделий является Центральный ФО, где выпускается более **% отечественной продукции.

Диаграмма. Географическая структура производства кондитерских изделий в янв-авг 2013г., % (в натуральном выражении)

.....
Источник:

3.2. Объем импорта и экспорта

Импорт

После спада, вызванного экономическим кризисом, поставки в Россию импортных кондитерских изделий ежегодно увеличиваются. Так, по данным «ФТС», в 2012г. в Россию было ввезено ... тыс. кондитерской продукции, что на *% больше, чем в 2011г.

Диаграмма. Динамика импорта кондитерских изделий в 2006-2012г.г., тыс. тонн

.....
Источник:

С учетом общего объема производства кондитерских изделий в РФ в 2012г., на долю импорта приходится около **%.

Экспорт

В 2012г. Россия поставила в другие страны ... тыс.тонн кондитерских изделий, что на *% больше, чем в 2011г.



Диаграмма. Динамика экспорта кондитерских изделий за 2006-2012г.г., тыс. тонн

Источник:

С учетом общего объема производства кондитерских изделий в РФ в 2012г., на долю экспорта приходится около *% производства.

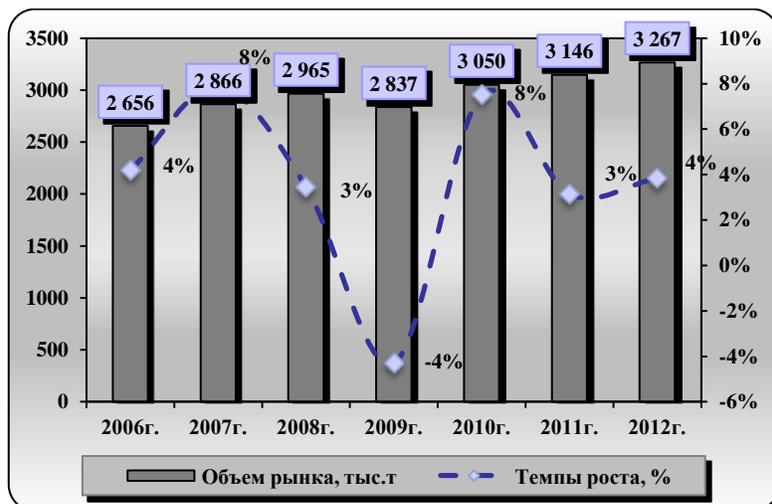
3.3. Объем и темпы роста Рынка

Таблица. Исходные данные для расчета объема рынка кондитерских изделий в 2005-2012г.г.

Параметры	2005г.	2006г.	2007г.	2008г.	2009г.	2010г.	2011г.	2012г.
Объем производства, тыс.т								
Импорт, тыс.т								
Экспорт, тыс.т								

Источник:

Диаграмма. Динамика рынка кондитерских изделий за 2006-2012г.г., тыс. тонн



Источник:



По оценке специалистов «Маркет Аналитика», в 2012г. **объем российского рынка** кондитерских изделий составил ... тыс. тонн. По сравнению с аналогичным периодом 2011г. Рынок увеличился на *%. Полученная оценка рынка соответствует данным «Ассоциации предприятий кондитерской промышленности», согласно которым, объем российского рынка кондитерских изделий составил в 2012г. – ... тыс. тонн, при темпах роста около *%.

.....

4. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ

4.1. Особенности сбытовой политики на Рынке

Схема. Цепочка движения товара на Рынке

.....

Источник:

Рассмотрим основные сегменты рынка

Производители

По данным Ассоциации предприятий кондитерской промышленности «АСКОНД», в настоящее время производством кондитерских изделий в стране занимается около ... предприятий, в том числе примерно ... специализированных, крупных и средних.

.....

Диаграмма. Крупнейшие производители сладостей в России в 2012г., % (в денежном выражении)

.....

Источник:

.....

«Объединенные кондитеры»

www.uniconf.ru



О компании

«Объединенные кондитеры» - один из крупнейших холдингов в Европе, входящий в Группу «ГУТА» и объединяющий 15 предприятий по всей России, специализирующихся на выпуске кондитерских изделий. Среди фабрик холдинга такие крупные московские предприятия как:

- ОАО «Рот Фронт»
- ОАО «Красный Октябрь»
- ОАО «Кондитерский концерн Бабаевский»

В компанию «Объединенные кондитеры» собраны воедино кондитерские фабрики с высоким потенциалом развития.

География деятельности

Компания имеет единую систему дистрибуции с региональными дилерскими центрами во всех Федеральных округах РФ (8 региональных дистрибуторских центров). В Москве и подмосковном городе Пушкино, а также Екатеринбурге и Новосибирске введены в эксплуатацию Единые торговые площадки (ЕТП), позволяющие формировать оптимальный ассортиментный запас продукции московских и региональных фабрик и последующее распределение продукции в регионы, на экспорт и в сетевые магазины столицы и области.

Единая система дистрибуции позволяет контролировать розничные продажи в более чем 49 тыс. торговых точках в РФ, что обеспечивает прирост доли рынка Холдинга. В настоящий момент численная дистрибуция Холдинга составляет около 30% от активной базы по всем крупнейшим городам РФ.

Численность эксклюзивных торговых представителей работающих с национальным ассортиментом и локальным ассортиментом составила более 1200 человек. Около 1000 человек продают общенациональный ассортимент и 200 – локальный ассортимент.

Ассортимент выпускаемой продукции



Ассортимент производимой всеми предприятиями продукции охватывает весь спектр кондитерского рынка:

- Шоколад
 - Конфеты весовые и фасованные
 - Карамель
 - Ирис
 - Вафли
 - Торты
 - Восточные сладости
 - Печенье
-

Показатели деятельности

- В 2012г. на долю холдинга приходилось около ****% рынка кондитерских изделий.
- Euromonitor оценивает выручку «Объединенных кондитеров» за 2012 г. в ... млрд.долл.

Преимущества

-

Планы развития

-

Mondelez International (KraftFoodsInc)

www.mondelezinternational.com

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.

В августе 2011 г. было объявлено о разделении Kraft Foods на две независимые компании:

- Mondelez International в которую выделено производство сэнэков (шоколад Milka, Cadbury, жевательная резинка, печенье и др.)
- Kraft Foods Group – компания по производству базовых продуктов питания (макароны, сыр, мясо, десерты, соусы, напитки).

География компании

Компания производит и продает свою продукцию в 155 странах мира. Сегодня Mondelez International 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.

Ассортимент

- Бисквиты
- Кондитерские изделия и жвачка
- Шоколад
-



Показатели деятельности

- оборот компании в 2012г. составил ... млрд.долл.
- Доля компании на российском рынке кондитерских изделий в 2012г. – ***%.

Преимущества

-

Планы развития

-

.....

Таблица. Сравнительные характеристики игроков Рынка

Название компании	Дата	Ассортимент	Бренды	Показатели деятельности	Сильные стороны	Планы развития
<i>Объединенные кондитеры</i>						
<i>Mondelēz</i>						
<i>Mars</i>						
<i>Nestle</i>						
<i>Perfetti Van Melle</i>						
<i>ROSHEN</i>						

Источник:

Дистрибуторы

.....

Розница

Согласно данным Euromonitor International, основными каналами сбыта кондитерских изделий в России являются:

- Небольшие независимые магазины – **%
- Супермаркеты – **%
- Круглосуточные магазины – **%
- и др.

Диаграмма. Основные каналы сбыта кондитерских изделий в РФ за 2013г., %

.....

Источник:

.....

5. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА

5.1. Описание потребителей на Рынке

Рынок представлен физическими лицами, которые являются основными потребителями кондитерских изделий. По данным «Госкомстата» численность населения России по состоянию на 1 января 2013 года составила ... млн. человек, из которых ... млн. проживает в городе.

Диаграмма. Структура населения России по территориальному признаку, на 1 января 2013г., %

.....

Источник:

.....



Диаграмма. Уровень потребления отдельных видов кондитерских изделий в 2012г., кг на человека в год

.....
Источник:

Итак, в 2012г. объем потребления кондитерских изделий в России составил около ... кг, из которых:

- Сахаристые КИ – ... кг
- Шоколадные КИ – ... кг
- Мучные КИ – ... кг

5.2. Потребительские предпочтения на Рынке сахаристых КИ

Таблица. Популярные марки леденцов, карамели и жевательных конфет

Не функциональная карамель	Освежающие леденцы и пастилки	Леденцы «от кашля»	Витаминизированные леденцы и пастилки	Жевательные конфеты

Источник:

Согласно последним исследованиям, около **% россиян употребляют леденцы более-менее регулярно. Карамель предпочитают более **% респондентов старше 55 лет, в свою очередь дети и молодежь (до 18 лет) ставят ее по предпочтительности всего на третье место после шоколадных конфет и ириса.

.....
Если же рассматривать потребителей по половому признаку, то мужчины предпочитают леденцы с оригинальным названием, тогда как женщины больше доверяют проверенным брендам. Лишь **% мужчин предпочитают покупать карамель сами, у женщин этот показатель достигает **%.

6. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

6.1. Основные тенденции Рынка



6.2. STEEPLE-анализ рынка

S	Социальные факторы
	<ul style="list-style-type: none">• (-)• (-)• (+)
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
	<ul style="list-style-type: none">• (-)• (-)• (-)
L	Правовые факторы
	<ul style="list-style-type: none">• (+)
E	Этические факторы
	<ul style="list-style-type: none">• (+)

Источник:

Среди **факторов, благоприятствующих** развитию рынка можно отметить следующие:

-

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

-



6.3. Риски и барьеры при выходе на рынок

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

.....

Рисками для компаний, существующих на рынке, могут стать:

.....

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