

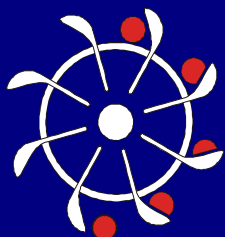
АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ ПО МАРКЕТИНГОВОМУ ИССЛЕДОВАНИЮ

РОССИЙСКОГО РЫНКА ШОКОЛАДНОЙ ПРОДУКЦИИ (ОБНОВЛЕНИЕ)

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

**Дата выпуска отчета:
апрель 2007 г.**

Данное исследование подготовлено MA Step by Step исключительно в информационных целях. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. MA Step by Step не дает гарантии точности и полноты информации для любых целей. Информация, содержащаяся в исследовании, не должна быть прямо или косвенно истолкована покупателем, как рекомендательная к вложению инвестиций. MA Step by Step не несет ответственности за убытки или ущерб, причиненный вследствие использования информации исследования третьими лицами, а так же за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Данные материалы не могут распространяться без разрешения MA Step by Step.



**STEP BY STEP
МАРКЕТИНГОВОЕ
АГЕНТСТВО**

г. Москва



ОГЛАВЛЕНИЕ

ОГЛАВЛЕНИЕ.....	2
Аннотация	3
Цель и задачи исследования.....	3
Описание исследования.....	3
Полное содержание исследования	5
Список диграмм	10
Список таблиц	13
Выдержки из исследования.....	14

АННОТАЦИЯ

Цель и задачи исследования

Цель исследования: анализ российского рынка шоколадной продукции.

Задачи исследования:

- описать макроэкономическую конъюнктуру рынка;
- произвести сегментацию рынка, описать основные рыночные сегменты;
- определить емкость рынка;
- изучить систему ценообразования на рынке;
- выявить инвестиционную привлекательность рынка;
- описать инфраструктуру рынка;
- выявить основные тенденции рынка;
- выявить и описать основных производителей;
- провести конкурентный анализ производителей;
- произвести сегментацию потребителей;
- определить потребительские предпочтения, мотивацию при совершении покупок;
- исследовать показатели, характеризующие интенсивность потребления продукции

ОПИСАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Методы проведения исследования:

Кабинетное исследование.



В отчете обновлены основные количественные показатели рынка, выделены основные тенденции и проанализирована таможенная база 2006 года. Так же был проведен Step-анализ факторов влияния на рынок шоколадных изделий, проанализированы риски и выявлены перспективные сегменты.

Кол-во страниц: 102

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 33 диаграммы, 13 таблиц.

ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Введение

Методологическая часть

Описание типа исследования

Объект исследования

Цели и задачи исследования

География исследования

Время проведения исследования

Методы сбора данных

Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок

Описание отрасли

Описание влияющих Рынков

Описание смежных Рынков

Рынок мучных кондитерских изделий

Рынок сахаристых кондитерских изделий

Сегментация и структура Рынка по основным видам Продукции

Сегментирование продукции по основным наименованиям

Сегментация шоколадных плиток

Сегментация шоколадных плиток по виду

Сегментация шоколадных плиток по цене

Сегментация шоколадных плиток по упаковке

Сегмент упакованных шоколадных конфет

Сегментация упакованных шоколадных конфет по виду

Сегментация упакованных шоколадных конфет по цене

Сегментация упакованных шоколадных конфет по упаковке

Основные тенденции в различных сегментах Продукции

Тенденции в сегментах различных видов Продукции

Основные количественные характеристики Рынка

Объем Рынка в натуральном выражении

Темпы роста Рынка

Влияние сезонности на Рынок

Сбытовая структура Рынка

Краткое описание основных сегментов участников Рынка

Производители Продукции

Розничный сектор

Ценообразование на рынке

Объемы импорта и экспорта шоколадной продукции

Импорт продукции

Объемы импорта

Основные страны-импортеры

Основные компании-импортеры

Основные виды импортируемой продукции

Экспорт продукции

Объемы экспорта

Основные страны-экспортеры шоколадных изделий

Основные компании-экспортеры шоколадных изделий

Основные виды экспортируемой продукции

Конкурентный анализ

Конкуренция между крупнейшими производителями Продукции

Основные параметры конкуренции

Основные производители Рынка. Описание профилей крупнейших компаний

Профиль компании Kraft Foods Россия

Профиль Компании Mars

Профиль Компании «Объединенные кондитеры»

Профиль Компании «Сладко»

Профиль Компании «Одинцовская кондитерская фабрика»

Сравнительная характеристика крупнейших производителей

Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями
Продукции

Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора

Основные параметры конкуренции

Сравнительная характеристика крупнейших розничных компаний

Сравнительная характеристика крупнейших сетевых розничных компаний по
основным описательным параметрам

Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими розничными
компаниями

Анализ потребителей

Сегментация потребителей с описанием и количественной оценкой сегментов

Структура потребления по видам шоколадных изделий

Степень активности в потреблении Продукции или Услуги. Количество Продукции потребляемого одним потребителем за единицу времени

Структура потребления по брендам шоколадных изделий

Потребление шоколадных батончиков различных марок

Потребление плиточного шоколада различных марок

Потребление наборов шоколадных конфет различных марок

Частота приобретения шоколадных изделий

Потребительские мотивации и поведение при покупке Продукции

Причины покупки шоколадных изделий

Места покупок

Места потребления шоколадных изделий

Основные тенденции в потребительском сегменте

Обобщающие выводы и рекомендации

Факторы, благоприятствующие развитию Рынка

Сдерживающие факторы Рынка

Инвестиционная привлекательность Рынке

Анализ рисков

Общие тенденции Рынка

Тенденции основных сегментах

Тенденции по основным количественным показателям Рынка

Тенденции на конкурентном поле

Тенденции в потребительском сегменте



Общие выводы по отчету

Приложение. Потребление различных видов шоколадных изделий по маркам

СПИСОК ДИГРАММ

Диаграмма 1. Среднедушевые доходы населения

Диаграмма 2. Структура рынка мучных кондитерских изделий

Диаграмма 3. Объемные доли основных видов на Рынке в % по отношению к натуральному выражению

Диаграмма 4. Объемные доли основных видов на Рынке в % по отношению к стоимостному выражению

Диаграмма 5. Доли продукции различных видов в сегменте шоколадных плиток, в % по отношению к натуральному выражению

Диаграмма 6. Структура сегмента плиточного шоколада по видам продукции, % от объема реализации

Диаграмма 7. Доли продукции различных ценовых сегментов на рынке в сегменте шоколадных плиток, в % по отношению к натуральному выражению

Диаграмма 8. Доли различных видов упаковки в сегменте шоколадных плиток в % выражении.

Диаграмма 9. Доли продукции различных видов в сегменте упакованных конфет, в % по отношению к натуральному выражению

Диаграмма 10. Доли продукции различных ценовых сегментов на рынке в сегменте упакованных конфет, в % по отношению к натуральному выражению

Диаграмма 11. Доли различных видов упаковки в сегменте упакованных конфет в % выражении.

Диаграмма 12. Доли основных производителей на рынке шоколадных изделий, %
Розничный сектор

Диаграмма 13. Каналы продаж шоколадных изделий по России, %



Диаграмма 14. Доли основных стран-импортеров шоколадных изделий в общей структуре импорта в % в натуральном выражении

Диаграмма 15. Доли основных стран-импортеров шоколадных изделий в общей структуре импорта в % в денежном выражении

Диаграмма 16. Доли различных видов шоколадных изделий в общей структуре импорта в % в натуральном выражении

Диаграмма 17. Доли различных видов шоколадных изделий в общей структуре импорта в % в денежном выражении

Диаграмма 18. Доли основных стран-экспортеров шоколадных изделий в общей структуре экспорта в % в натуральном выражении

Диаграмма 19. Доли основных стран-экспортеров шоколадных изделий в общей структуре экспорта в % в денежном выражении

Диаграмма 20. Доли основных компаний-экспортеров шоколадных изделий в общей структуре российского экспорта в % в натуральном выражении

Диаграмма 21. Доли основных компаний-экспортеров шоколадных изделий в общей структуре российского экспорта в % в стоимостном выражении

Диаграмма 22. Доли различных видов шоколадных изделий в общей структуре экспорта в % в натуральном выражении

Диаграмма 23. Доли различных видов шоколадных изделий в общей структуре экспорта в % в денежном выражении

Диаграмма 24. Объем потребления шоколадной продукции по регионам, кг

Диаграмма 25. Предпочтения потребителей по видам шоколадных изделий, % от числа покупателей



Диаграмма 26. Динамика потребления различных видов шоколадных изделий в 2000-04 гг., % от числа респондентов, потреблявших продукт хотя бы 1 раз в 3 месяца

Диаграмма 27. Бренды-лидеры по потреблению в категории шоколадных батончиков, % от числа респондентов, потреблявших продукт хотя бы 1 раз в 3 месяца

Диаграмма 28. Бренды-лидеры по потреблению в категории плиточного шоколада, % от числа респондентов, потреблявших продукт хотя бы 1 раз в 3 месяца

Диаграмма 29. Бренды-лидеры по потреблению в категории наборов шоколадных конфет, % от числа респондентов, потреблявших продукт хотя бы 1 раз в 3 месяца

Диаграмма 30. Частота покупок шоколадных изделий, % от числа покупателей

Диаграмма 31. Причины покупки шоколадных изделий, % от числа покупателей

Диаграмма 32. Места покупки шоколадных изделий, % от числа покупателей

Диаграмма 33. Места потребления шоколадных изделий, % от числа покупателей

СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. Основные страны-импортеры шоколадных изделий в 2006г.

Таблица 2. Основные компании-импортеры шоколадных изделий в 2006г.

Таблица 3. Основные виды импортируемой продукции в 2006г.

Таблица 4. Основные страны-экспортеры шоколадных изделий в 2006г.

Таблица 5. Основные компании-экспортеры шоколадных изделий в 2006г.

Таблица 6. основные виды экспортируемой продукции в 2006г.

Таблица 7. Сравнительная характеристика крупнейших производителей по основным параметрам

Таблица 8. Основные игроки рынка

Таблица 9. STEP-анализ

Таблица 10. Возможные риски, связанные с Рынком

Таблица 11. Потребление шоколадных батончиков различных марок, % от числа респондентов, потреблявших продукт хотя бы 1 раз в 3 месяца

Таблица 12. Потребление плиточного шоколада различных марок, % от числа респондентов, потреблявших продукт хотя бы 1 раз в 3 месяца

Таблица 13. Потребление наборов шоколадных конфет различных марок, % от числа респондентов, потреблявших продукт хотя бы 1 раз в 3 месяца

ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

В последние годы в связи с некоторой стабилизацией российской экономики изменилась структура потребления населением продуктов питания, и достойное место в ней стали занимать кондитерские изделия. По оценкам экспертов, сейчас российский кондитерский рынок является вторым в мире по емкости после рынка Соединенных Штатов.

В общей структуре кондитерской отрасли наиболее высокие темпы роста показывает рынок шоколадных изделий, что отчасти объясняется высокой рентабельностью шоколадного производства, поэтому у компаний, выпускающих шоколадные изделия, бюджеты на продвижение продукции обычно больше, чем у других участников кондитерского рынка. Этим объясняется и высокая популярность этой товарной группы.

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПРОДУКЦИИ ПО ОСНОВНЫМ НАИМЕНОВАНИЯМ

На рынке шоколадных изделий можно выделить следующие виды продукции:

- Батончики
- Развесные шоколадные конфеты
- Шоколадные конфеты в коробках
- Шоколадные плитки
- Шоколад в виде фигур.

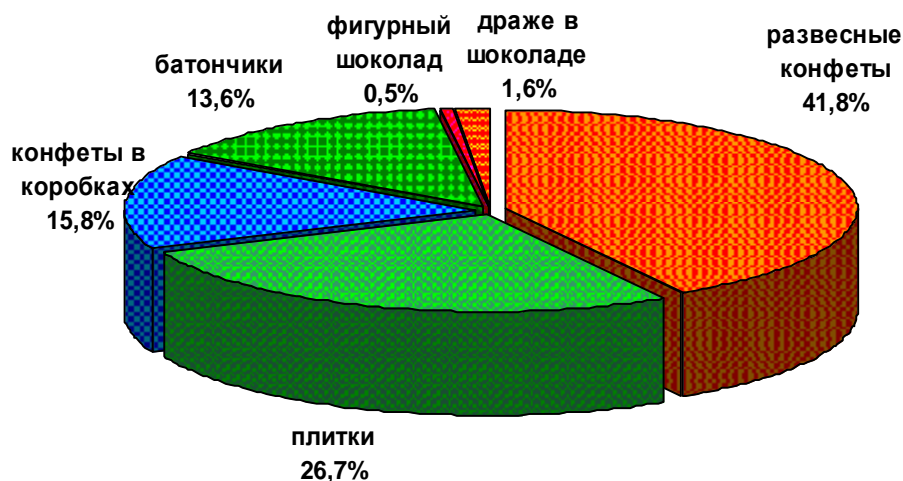
По данным аудита розничной торговли, проведенного агентством «ACNielsen»¹ в декабре 2004г. - июле 2005г., в структуре продаж шоколадных изделий **самым емким в натуральном выражении является сегмент развесных шоколадных конфет** - на его долю приходится 41,8% общих продаж шоколадной продукции.

На долю шоколадных плиток приходится 26,7% от общего объема продаж в натуральном выражении, конфеты в коробках занимают 15,8% рынка,

¹ <http://www.moyo-delo.ru/md/md74/md74-52.htm>

шоколадные батончики – 13,6%. На долю драже в шоколаде и фигурного шоколада приходятся небольшие доли рынка – 1,6% и 0,5% соответственно.

ДИАГРАММА 1. ОБЪЕМНЫЕ ДОЛИ ОСНОВНЫХ ВИДОВ НА РЫНКЕ В % ПО ОТНОШЕНИЮ К НАТУРАЛЬНОМУ ВЫРАЖЕНИЮ



Источник: «ACNielsen», 2005

Наиболее популярным сегментом в стоимостном выражении являются шоколадные плитки – по данным за первое полугодие 2005 года, они занимают 29,6% российского рынка шоколадных изделий. На втором месте по доле в общих продажах – шоколадные конфеты в коробках – 26,5% рынка. Развесные шоколадные конфеты занимают 24,2%, батончики – 15,3% рынка.

ТЕНДЕНЦИИ В СЕГМЕНТАХ РАЗЛИЧНЫХ ВИДОВ ПРОДУКЦИИ

Основная тенденция рынка – увеличение доли премиального ценового сегмента, что связано с поступательным ростом доходов населения.

По прогнозам компании «Бизнес Аналитика» наиболее высокими темпами будут расти продажи развесных шоколадных конфет, что связано с увеличением их

потребления в группах населения с относительно низкими доходами, главным образом, в регионах.

В крупных городах тенденция противоположная: рост объема продаж упакованных конфет и уменьшение объема продаж развесных конфет. Причиной этому может быть постепенное сокращение продовольственных рынков, а магазины современного формата (супермаркеты, гипермаркеты и др.) не рассчитаны на продажу развесных конфет

Эксперты Рынка отмечают тенденцию развития сегмента «упакованных развесных» конфет - конфет, которые ранее продавались вразвес, а сейчас предлагаются в упаковке производителя. Упакованные развесные конфеты создают серьезную конкуренцию недорогим конфетам в коробках, поскольку имеют значительно меньшую цену и, как правило, хорошее качество.

ОБЪЕМ РЫНКА В НАТУРАЛЬНОМ ВЫРАЖЕНИИ

По оценкам компании «Объединенные кондитеры», в 2005 году объем Рынка составил порядка 560 тыс. тонн.

Объемы основных сегментов Рынка в натуральном выражении в 2005 году составили примерно:

- Шоколадные плитки – 165 тыс. тонн
- Конфеты в коробках – 70 тыс. тонн
- Развесные конфеты – 250 тыс. тонн
- Шоколадные батончики – 75 тыс. тонн

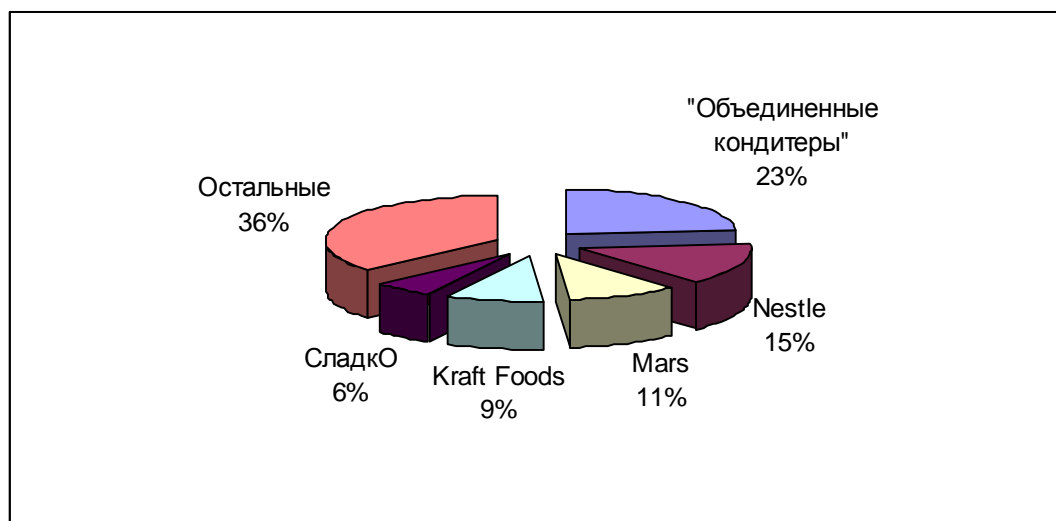
В 2006 году с учетом 5-ти % роста рынка объем рынка шоколадных изделий составил около **588 тыс. тонн**.

ТЕМПЫ РОСТА РЫНКА

Шоколадный рынок в России приближается к точке насыщения. Потребности потребителей в натуральном выражении полностью удовлетворены. В последние два-три года темпы роста рынка в натуральном выражении составляют в среднем 5%.

В 2007 году прогнозируется рост рынка шоколадной продукции на 4,5-5% в натуральном выражении и на 12-15% в стоимостном выражении. *(Источник: по данным RBC)*

ДИАГРАММА 2. ДОЛИ ОСНОВНЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ НА РЫНКЕ ШОКОЛАДНЫХ ИЗДЕЛИЙ, %



Источник: RBC

В сегменте шоколадных батончиков 90% продаж принадлежит международным игрокам - компаниям Mars, Nestle и Cadbury, причем более 60% из них контролирует лидер категории - компания Mars. *(Источник: Бизнес Аналитика)*

В сегменте развесных конфет лидирует холдинг «Объединенные кондитеры», доля которого оставляет 37-38% общих продаж развесных шоколадных конфет. Среди международных игроков в сегменте развесных конфет

заметную роль играет лишь концерн Nestle - примерно 13% сегмента. (Источник: *Бизнес Аналитика*)

В сегменте шоколадных плиток 2/3 продаж контролируют две крупнейшие международные кондитерские компании - Nestle и Kraft Foods. (Источник: *Бизнес Аналитика*)

В сегменте упакованных шоколадных конфет лидером является Nestle. «Объединенные кондитеры» по итогам 2004 года контролировали почти пятую часть общего объема продаж шоколадных конфет в коробках. Третье место принадлежит компании Kraft Foods. Далее следуют КО «СладКо» и «Одинцовская кондитерская фабрика» (ТМ «А. Коркунов»). Суммарно **пятерка крупнейших компаний контролирует более 70% общих продаж сегмента упакованных шоколадных конфет.** (Источник: *Бизнес Аналитика*)

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КРУПНЕЙШИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ

ТАБЛИЦА 1. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КРУПНЕЙШИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ПО ОСНОВНЫМ ПАРАМЕТРАМ

Компания	Объемы продаж в России	Доля рынка шоколадных изделий	Рекламная активность	Количество основных брендов
Nestle	-	15%	Высокая	5
Krafts Foods	-	9,3%	Высокая	5
Mars	-	10,6%	Высокая	6
Объединенные кондитеры	18 млрд. руб.	23%	Средняя	10
СладКо	-	5,7%	Низкая	1
Одинцовская кондитерская фабрика	Около 3.5 млрд. руб.	-	Средняя	1

Источник: *МА Step by Step*

Крупнейшая российская компания на рынке шоколадных изделий «Объединенные кондитеры» занимает второе место по доле рынка, уступая международному производителю продуктов питания – компании Nestle. Российский холдинг, в состав которого входят три крупнейших производителя, имеет в своем активе 10 основных брендов, которые известны российскому потребителю еще со времен существования СССР.

Компании Krafts Foods и Mars занимают 3ю и 4ю строчку Рынка соответственно, являясь лидерами в отдельных сегментах шоколадных изделий: Krafts Foods в сегменте плиточного шоколада, а Mars доминирует в сегменте шоколадных батончиков.

Российская компания «А.Коркунов» (Одинцовская кондитерская фабрика) является лидером в премиум-сегменте упакованных шоколадных конфет. Компания «СладКо», являясь пятой компанией на Рынке, не ставит своей стратегической задачей формирование сильных брендов.

Рекламная активность международных игроков Рынка характеризуется как высокая, в то время как российские производители тратят меньше средств на продвижение продукции на телевидении, предпочитая промо-акции.



Маркетинговое Агентство Step by Step - агентство полного цикла. Мы работаем по таким **направлениям** как:

- Маркетинговое и управленческое консультирование
- Маркетинговые исследования
- Мерчендайзинг
- Франчайзинг
- Социологические исследования
- Услуги call центра
- Разработка новых коммерческих проектов
- Оказание услуг по аутсорсингу организации корпоративных мероприятий
- Организация и сопровождение представления компаний в Интернет

Для обеспечения качественного и быстрого сбора количественной информации, в структуру нашего агентства интегрировано подразделение **Call center**, которое решает следующие задачи:

- Реализует услугу «Бесплатный вызов» из регионов (8-800)
- Позволяет актуализировать и формировать базы данных.
- Осуществляет исходящий и входящий телемаркетинг, поддержку рекламных и PR акций
- Проводит интервьюирование потребителей
- Оценивает эффективность рекламы

Наши ключевые клиенты: ОАО "Связьинвест", РАО "ЕЭС РФ", "АйТи", "ТелекомКомплектСервис", "Связькомплект", "Информационная индустрия", "Future Telecom", "Элвис-Телеком", Холдинг "Еврохим", Производственная группа "Uniservis", Компания "Русский бисквит", объединение "Полипласт", игровая сеть "Джек-пот", сеть магазинов "Фамилия", ТД "Снежная королева", кофейни "Мокко", ЗАО RENOVA, группа компаний РБК, группа компаний ТЕКОН, HITACHI ltd, ООО «Рассказовские меха», ООО «Северные технологии», Институт социально-



экономического развития ЦФО (ИНСЭР ЦФО), Макслевел, Honewell, Colan, Медиалог, Алькотрейдинг, ассоциации экспортеров Бразилии (APEX), ЗАО «Детский мир», АРТ-Билдинг и многие другие.