

УДК 339.13.017

*Кельбах Екатерина Иосифовна, ассистент кафедры маркетинга
ФГБОУ ВПО «Пермский государственный национальный исследовательский
университет»*

*Пастухова Ксения Николаевна, студент 2 курса экономического
факультета ФГБОУ ВПО «Пермский государственный национальный
исследовательский университет»*

АНАЛИЗ ПЕРМСКОГО РЫНКА ПЛИТОЧНОГО ШОКОЛАДА

Аннотация Сейчас рынок шоколада считается одним из самых рентабельных рынков. Уровень интереса к этому рынку возрастает на протяжении последних лет. К сожалению, рынок плиточного шоколада не достаточно изучен на сегодняшний день. Поэтому были проведены маркетинговые исследования данного рынка в России, результаты которых описаны в представленной статье. В ней рассмотрено состояние рынка плиточного шоколада в России. Выявлены марки, занимающие лидирующие позиции на данном рынке. Даны краткие характеристики и описаны причины их распространенности.

Summary: Nowadays, chocolate market is considered as one of the most profitable markets. The level of interest in this market increased over the past years. Unfortunately, the market of chocolate bars isn't studied enough. Marketing research of the market in Russia was conducted. The results of this research are described in the article. The article considers the condition of Russian chocolate market. Trademarks, which are leaders on this market, were determined. Brief description and causes of popularity of these trademarks was described in this article.

Ключевые слова: рынок шоколада, маркетинговые исследования, опрос, кондитерские изделия, плитки шоколада, марки шоколада, распределение доли рынка.

Keywords: chocolate market, market research, polling, pastry, chocolate bars, chocolate brands, the distribution of market share.

Для многих людей шоколад становится неотъемлемой частью повседневного рациона. На сегодняшний день лидерами по потреблению шоколада являются швейцарцы (10,6 кг шоколада на человека в год), средний же россиянин употребляет 4-5 кг шоколада в год, и эта цифра продолжает расти. [6] Причиной такого является уровень жизни населения России и сама специфика данной группы продуктов. Кондитерские товары не являются товарами первой необходимости, а спрос на эту группу продуктов эластичен по доходу, то есть увеличение дохода приводит к увеличению спроса.[1]

Общее замедление темпов роста рынка кондитерских изделий за последние годы и стабилизация структуры продаж способствуют возрастанию конкуренции внутри сегментов.[7] Косвенным свидетельством этой тенденции является резкое увеличение количества марок на рынке. При этом отмечается как появление совершенно новых марок, так и расширение ассортиментных линеек продукции уже существующих брэндов за счет видов наполнителей.[8]

По проведенному исследованию ассоциации KPMG International Cooperative следует отметить, что Российский рынок шоколада является одним из самых перспективных рынков мира. На рынке действует большое число производителей шоколада (Рис.1), и он оценивается в 8 млрд. долларов. [2]

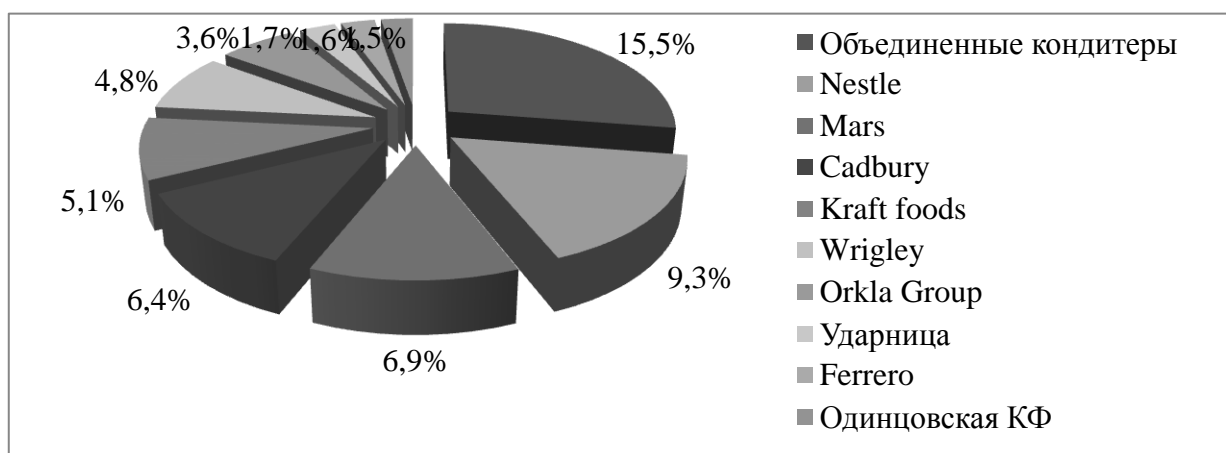


Рис.1 Доля основных производителей в розничном объеме продаж шоколадной продукции (По данным исследования компании Euromonitor International)

Почти $\frac{3}{4}$ общероссийских продаж кондитерских изделий контролируют пять ведущих игроков рынка: это международные гиганты кондитерской отрасли «Nestle», который располагает производственными мощностями в городе Самара, где производится такая марка как «Россия - щедрая душа». Общий объем произведенной продукции на 2012 год составил более 120 тыс. тонн.[4], «Kraft Foods», имеющий в России завод во Владимирской области. Завод имеет наибольший объем производства среди остальных заводов данного производителя – более 60 тыс. тонн шоколадных изделий в год. В целом же в России производится более 100 тыс. тонн шоколада Kraft Foods.[3], «Mars», холдинг «Объединенные кондитеры», которому принадлежат 15 фабрик, среди них такие, как «Красный октябрь», «РотФронт», «Бабаевский». Объем производства этого концерна составил около 70 тысяч тонн шоколада в год.[5]

Весь рынок шоколада можно разделить на три сектора в зависимости от вида товара: шоколад плиточный штучный, шоколадные батончики с начинкой штучные, шоколадные изделия, фасованные или продаваемые на вес. В результате анализа маркетингового исследования было выявлено, что респонденты отдали свое предпочтение плиткам шоколада.

Основной целевой аудиторией большинства производителей шоколада являются молодые люди в возрасте от 18 до 25 лет. По данным проведенного исследования около 52% опрошенных молодых людей предпочли плитку шоколада. 30% респондентов выбрали батончик, и только 18% процентов предпочитают шоколадные конфеты. (Рис.2)

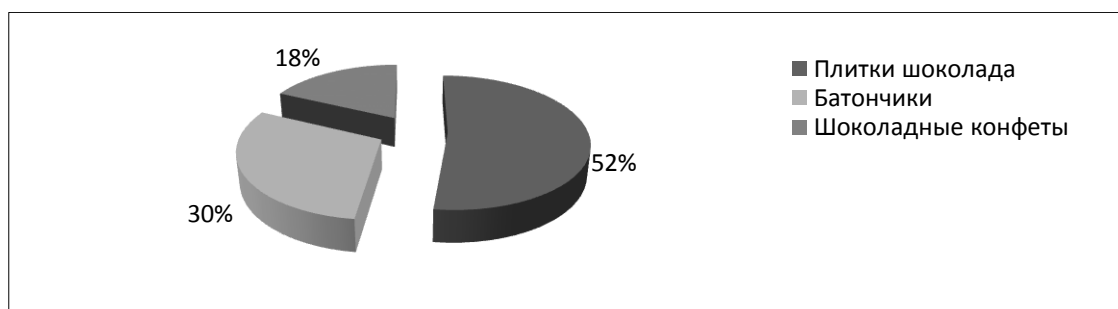


Рис.2. Предпочтение респондентов при выборе шоколадных изделий.

В результате исследования были выявлены предпочтения респондентов относительно плиток с наполнителями. Для исследования были выбраны наиболее популярные и широко представленные марки: «Alpen Gold», «Milka», «Ritter Sport», «Nesquik», «Россия – щедрая душа», «Бабаевский». (Рис. 3)

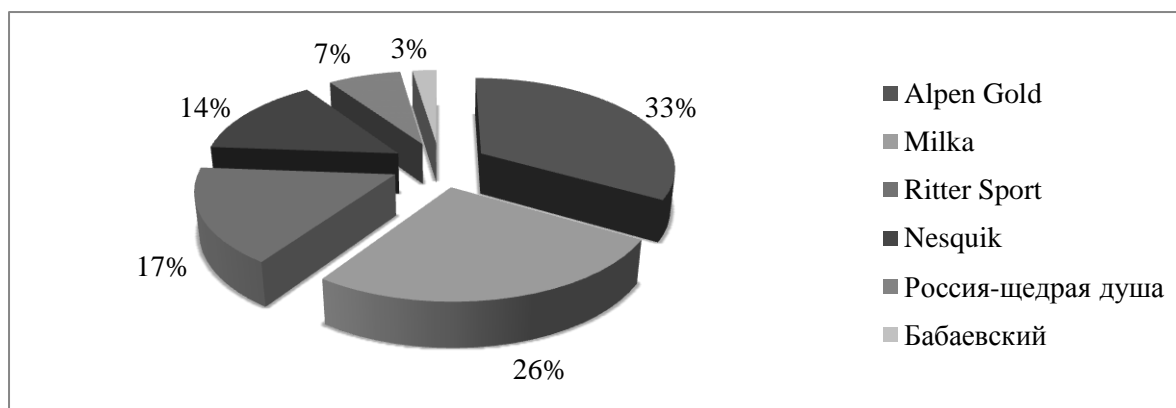


Рис.3 Предпочтение респондентов при выборе марки плитки шоколада.

Согласно данным диаграммы основным лидером является марка - «Alpen Gold». «Alpen Gold» представлен широким ассортиментом шоколада с различными наполнителями. Всего насчитывается около 20 видов. Также стоит отметить, что данная марка представлена в трех весовых категориях «Alpen Gold Express» - 45 грамм, классический «Alpen Gold» - 100 грамм и «Alpen Gold» в картонной упаковке – 200 грамм, что позволяет покупателям выбрать свой размер плитки.[3] «Alpen Gold» действует на рынке с 1994 года. За все время существования на рынке марка сформировала свой имидж и стала одной из самых узнаваемых. Цена классической плитки шоколада «Alpen Gold» (100 гр. молочного шоколада) входит в средний ценовой сегмент и в среднем по России составляет от 30-55 рублей.

На второе место респонденты определили марку «Milka». Следует отметить, что марки «Alpen Gold» и «Milka» принадлежат одному производителю, а именно Kraft Foods. Причинами такой популярности среди респондентов этих марок являются активные рекламные компании, современный дизайн упаковки, особенностью которого является клейкая полоса, позволяющая открывать и закрывать упаковку несколько раз.

В отличие от марки «Alpen Gold» марка «Milka» не имеет широкого ассортимента. Однако она включает плитки шоколада с добавлением некоторых орехов и джемов. Отличительной особенностью данной марки являются два вида плиток: воздушные и классические. В весовой категории представлены 100 грамм и 250 грамм. Средняя цена на классическую плитку данной марки составляет от 40 до 70 рублей.

Наименьшей популярностью, по данным исследования, пользуется шоколад марки «Бабаевский» (3%). Это связано с тем что, «Бабаевский» позиционирует себя как компания здорового питания, поэтому в его ассортименте преобладает темные сорта шоколада. Представляя свою компанию в таком ключе, производители определяют свою целевую аудиторию как людей среднего возраста.

7% респондентов предпочли шоколад марки «Россия - щедрая душа». Марка впервые была выпущена в 2001 году. Производители имеют непродолжительный опыт по сравнению с маркой «Alpen Gold». Компания не уделяет свое внимание рекламной компании. Упаковка данной марки выполнена в несовременном дизайне. Относительно невысокая цена данной марки – является её преимуществом.

По данным исследования можно сделать вывод, что взгляды молодежи устремлены на иностранных производителей. Основной спрос на плиточный шоколад находится в сегменте зарубежной продукции. Молодые люди предпочитают шоколад зарубежных марок, а продукция отечественного производителя не пользуется популярностью. Несомненно, одним из факторов, определяющих такое положение на рынке, является история данных марок. Можно выделить сегмент рынка шоколадных плиток, входящие в который производители ориентированы на потребителей средних лет. Для данной аудитории натуральное сырье, из которого производится шоколад, а также его влияние на здоровье приобретают особую важность. В целом, потребитель отдает предпочтение марке, которая проводит активную рекламную кампанию,

имеет современный привлекательный дизайн, долго действует на рынке, представлена широким ассортиментом.

Список литературы

1. Жмурова Екатерина. Обзор российского рынка шоколада. URL: <http://abrikosov-sons.ru> (дата обращения: 13.05.2013)
2. Мировой рынок шоколада будет стабильно расти в ближайшие пять лет. URL <http://www.eg-online.ru> (дата обращения: 14.05.2013)
3. Официальный сайт компании Mondelez International URL: <http://www.mondelezinternational.com/ru> (дата обращения: 14.05.2013)
4. Официальный сайт компании Nestle URL: <http://www.nestle.ru/> (дата обращения: 14.05.2013)
5. Официальный сайт фабрики Бабаевский URL: <http://www.babaev.ru/index.html> (дата обращения: 15.05.2013)
6. Обзор российского рынка кондитерских изделий URL: <http://www.marketcenter.ru> (дата обращения: 14.05.2013)
7. Пьянкова К., Радостева Э. Концептуальные основы программной политики в сфере повышения качества и безопасности продовольствия // Международный сельскохозяйственный журнал. 2011. № 5. С. 41-42.
8. Яшин Юрий. Рынок кондитерских изделий. URL: <http://www.marketing-services.ru> (дата обращения: 14.05.2013)