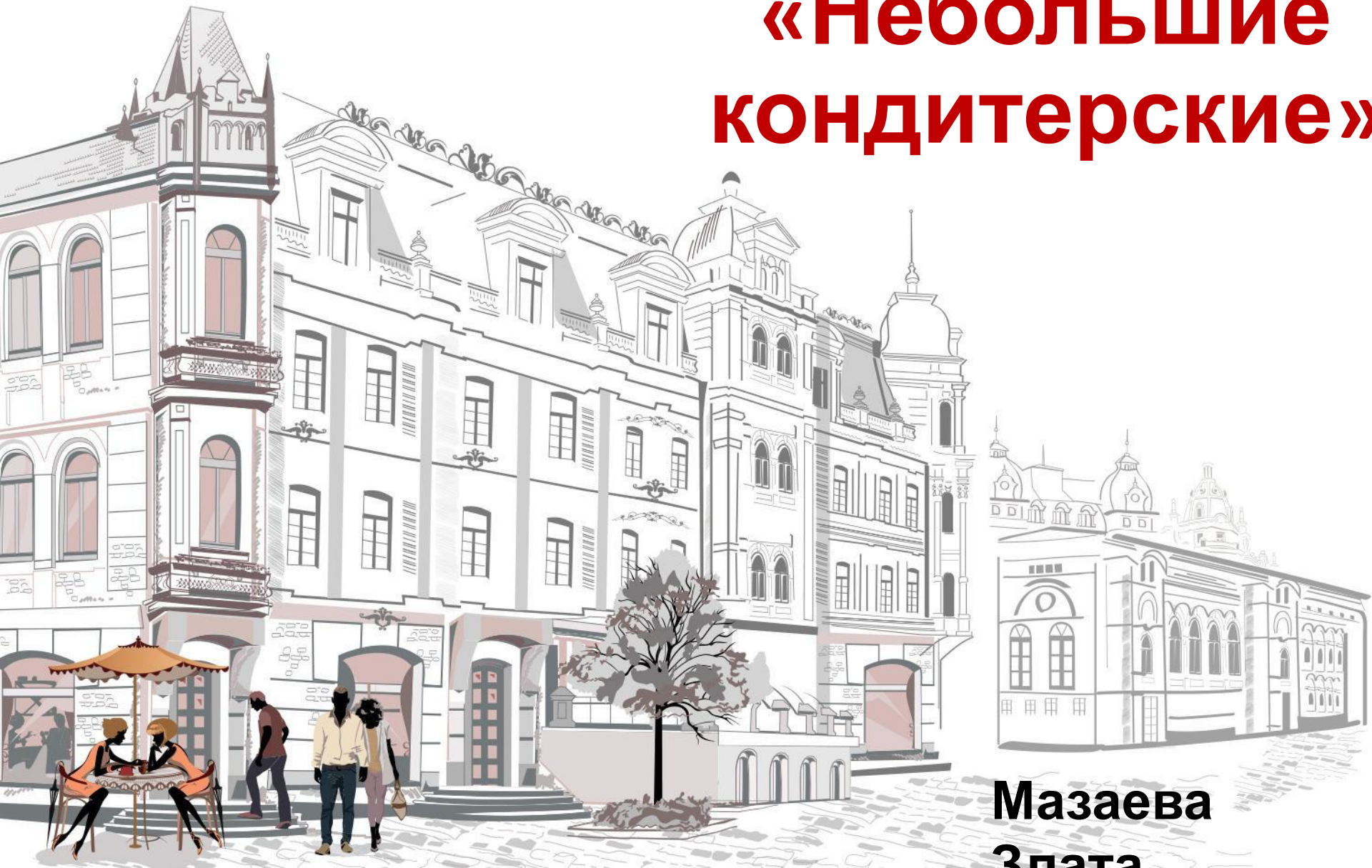
Анализ рынка: «Небольшие кондитерские»



Мазаева
Злата

Общий объём рынка

- Рынок сетевых кафе-кондитерских относительно молод, в каком-то смысле только формируется в масштабе страны. В Москве и Санкт-Петербурге этот рынок не столь нов и при наличии крупных профильных кондитерских производств достаточно развит и на сегодняшний день, однако нельзя сказать, что перенасыщен.

- Потенциал развития исследуемого рынка стоит признать очень высоким во всех отношениях – и в количественном выражении, и в плане диверсификации, и с точки зрения позиционирования и повышения его популярности вообще.

- Предприниматели, уже работающие в формате кафе-кондитерских, отмечают, что на данный момент даже в крупных городах (и в особенности в крупных городах) создание и ведение данного бизнеса не слишком затруднено. Средний срок окупаемости инвестиций в среднее кафе составляет 1-1,5 года. Однако сложно привлечь и удержать потребителей, поскольку выбор кондитерских изделий в различных форматах реализации очень широк.

Общий объём рынка

- На российском ресторанном рынке наблюдается бум кофеен и кафе-кондитерских (рис. 1). За последний год в стране открылось выше 900 новых сетевых заведений данных форматов. По оценкам «РБК Исследования рынков», их число планомерно приближается к 6 тысячам, а с учетом динамики развития проектов к концу 2019 года

Рисунок 1. **ДИНАМИКА ОБЪЕМА РЫНКА КОФЕЕН И КАФЕ-КОНДИТЕРСКИХ** в 2014-2019 годах, млрд руб., %

Источник: обзор «РБК Исследования рынков» «Российский рынок кофеен 2019».

Рисунок 2. **ДИНАМИКА КОЛИЧЕСТВА КОФЕЕН И КАФЕ-КОНДИТЕРСКИХ*** в мае 2014-го – мае 2019 года, шт.

* Прирост, а также количество сетевых кофеен и кафе-кондитерских рассчитаны на основе анализа динамики развития 769 сетевых проектов, среди которых 172 сетевые кофейни и кафе-кондитерские, дата актуализации – сентябрь 2019 года.

Источник: обзор «РБК Исследования рынков» «Российский рынок кофеен 2019».

Объём рынка Калининграда

- Объемы реализации по сравнению с базисным 2005 годом постоянно увеличивались. Причем наибольший прирост наблюдался в 2014 году, он составил практически 5 млрд. руб. (4998 млн. руб.). В соотношении с базисным годом прирост составил 237 %. А наименьший прирост был отмечен в 2006 году и составил 594 млн. руб. (28 %).

- Оборот предприятий в течение 10 лет (2005–2014) в основном имел тенденцию к повышению. Причем максимальный прирост по отношению к предыдущему году наблюдался в 2013 году, он составил 997 млн. руб. или 19 %.

Объём рынка Калининграда

- Ежегодный прирост оборотов по реализации предприятий общественного составляет в среднем 486, 21 млн. руб.
- На основе выявленных тенденций был сделан прогноз развития данной до 2018 года, который показал, что при сохранении выявленной тенденции и при прочих равных условиях прогнозный оборот предприятий на 2018 год составит приблизительно 8448 млн. руб.
- Однако при сохранении тенденции и при учете сезонных колебаний общий оборот предприятий может

Этап развития рынка

- Рынок кафе-кондитерских стремительно развивается.
- В нашей области становится всё более популярна эта сеть.
- Окупаемость и рентабельность этого рынка находятся на высоком уровне.

Основные игроки на рынке Калининграда

«Панда» & «Старый Гданьск»

- Официальный сайт – https://starygdansk.ru/
- Инстаграм - https://www.instagram.com/panda_cafe39/
- Вконтакте - https://vk.com/panda_cafe39
- Торговые точки: 1)ул. Багратиона, 85 Калининград; 2) ул. Красная, 115 Калининград; 3) Советский проспект, 26 Калининград; 4) ул. Комсомольская, 42А Калининград; 5) Проспект Победы, 42 Калининград.
- Доля на рынке: занимает наибольшую долю на рынке. (Данные приведены на основании торговых точек, основании анализа аудитории, серьёзности заведения.)

Основные игроки на рынке Калининграда

«Пани Ева»

- Официальный сайт - http://panieva.ru/
- Инстаграм - https://www.instagram.com/pany_eva/
- Вконтакте - https://vk.com/public_panieva
- Торговые точки: 1) ул. Космонавта Леонова, 25А Калининград; 2) пр. Мира, 106 Калининград; 3) ул. Барнаульская, 3 Калининград; 4) ул. Пролетарская, 72 Калининград; 5) ул. Георгия Дмитрова, 3 Калининград; 6) ул. 9 апреля, 22 Калининград; 7) ул. Рокоссовского, 9-15 Калининград.
- Доля на рынке: занимает наибольшую долю на рынке. (Данные приведены на основании торговых точек, основании анализа аудитории, серьёзности заведения.)

Основные игроки на рынке Калининграда

«Шарлотта»

- Официальный сайт – http://sharlotta-kld.ru/
- Инстаграм – https://www.instagram.com/pekarnyasharlotta/
- Вконтакте – https://vk.com/pekarnyasharlotta
- Фейсбук - https://www.facebook.com/pg/pekarnyasharlotta/posts/
- Торговые точки: 1) ул. Гагарина, 16 Калининград; 2) ул. Гайдара, 157 Калининград.
- Доля на рынке: занимает наибольшую долю на рынке. (Данные приведены на основании торговых точек, основании анализа аудитории, серьёзности заведения.)

Характеристика предприятий

• Численность работников:
1) «Шарлотта» - малая (20-30);
2) «Пани Ева» - малая (20-30);
3) «Панда» & «Старый Гданьск» - малая (20-30).

• Наличие/отсутствие разветвленной сети филиалов:
1) «Шарлотта» - отсутствие разветвленной сети филиалов;
2) «Пани Ева» - отсутствие разветвленной сети филиалов;
3) «Панда» & «Старый Гданьск» - наличие разветвленной сети филиалов.(Гданьск, Сопот, Эльблонг и другие города Польши.)

• Регион, на рынке которого работает фирма:
Все кафе-кондитерские работают в Калининградской области в г.Калининград.

• На рынке преобладает моно-профильность.

Перечень факторов конкурентоспособности

- гарантия,
- дизайн кондитерских изделий для любого праздника,
- ценовая доступность, разный ассортимент,
- наличие рекламного продвижения,
- наличие удобных сайтов,
- содержащих множество полезной и доступной информации для каждого потребителя.

Продукт	Цена	Продвижение	Персонал	Продажи
Все три варианта идеальны, т.к. везде есть свои плюсы и различия.	Минимальные цены в «Панда» & «Старый Гданьск», дороже в «Пани Ева», а самая высокая цена идёт в «Шарлотта».	Высокая стоимость продвижения в «Шарлотта», низкая в «Панда» & «Старый Гданьск», «Пани Ева».	«Шарлотта», «Панда» & «Старый Гданьск».	Процесс продажи, обеспечивающий уникальные выгоды. Процесс продажи, обеспечивающий наилучшее предоставление.

Перечень важнейших выгод

1) Гарантия
2)Наличие скидок
3)Участие в розыгрышах
4)Дизайн оформления кондитерских изделий для каждого
5)Ассортимент кондитерских изделий для детей, взрослых, а также, кто не любит сладкое или для тех, кто придерживается безглютеновой и низкокалорийной диеты
6) Индивидуальность
7)Контроль
8) Дегустации

Уникальные продукты

1) «Панда» & «Старый Гданьск» - уникальная торговая марка.

Выгоды:

• Скидки – «Счастливые часы! Теперь в магазинах скидка 25% каждый день с 18:00 до 20:00 на некоторые виды пирожных, печенье и выпечку!»

• Гарантия - «Мы используем только натуральные продукты фермерских хозяйств. Категорически отказываемся от химических красителей и консервантов».

• Ассортимент – «Представляем широкий ассортимент десертов для людей придерживающихся безглютеновой и низкокалорийной диеты и вегетарианцев».

• Контроль – «Формат частной кондитерской позволяет нам удачно сочетать строжайшее соблюдение санитарных норм и контроля за качеством продукции».

• Индивидуальность – «Мы располагаем возможностью изготовления нестандартных кондитерских изделий любой сложности по желанию клиента».

Уникальные продукты

2) «Пани Ева» - уникальная торговая марка.

- Завтрак, обед за 199₽- реально!
- Клуб дегустаций
- Розыгрыши

3) «Шарлотта» - уникальная торговая марка.

- Розыгрыши и акции

«Кофе бесплатный при покупке любой выпечки с 01-15.03(акция для женщин, только американо, капучино, латте, эспрессо)», «Разыгрываем торт к 8 марта!»

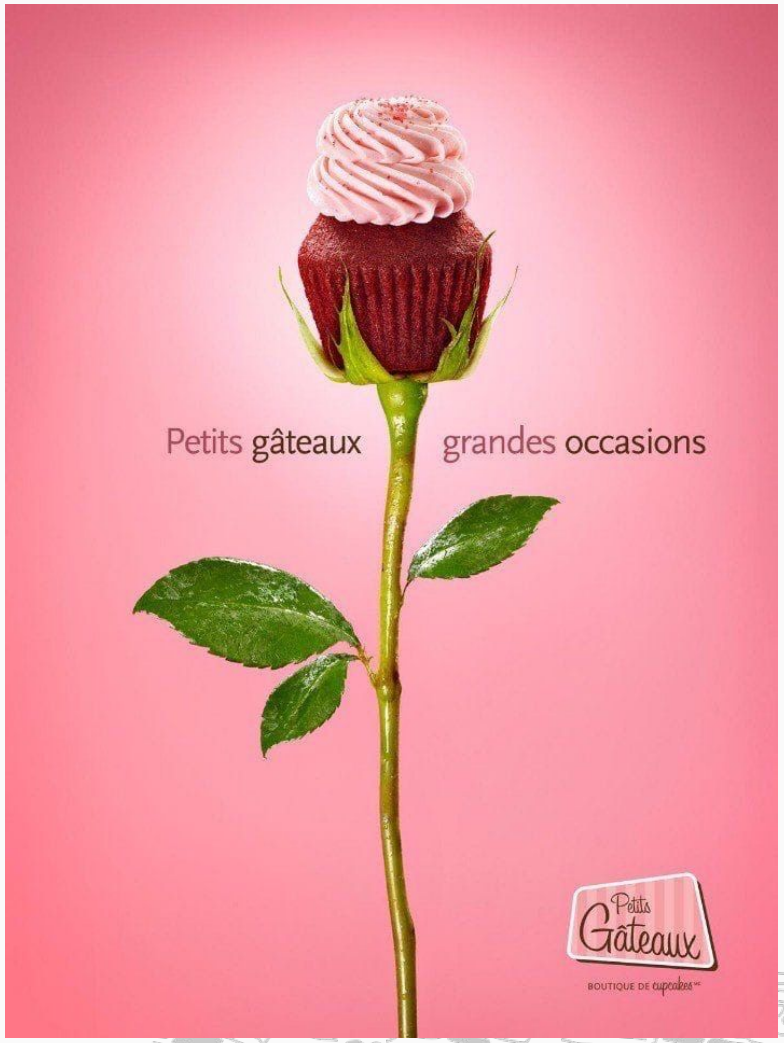
Как мы можем увидеть, большинство выгод в кафе-кондитерской - «Панда» & «Старый Гданьск».

Перечень банальностей

- Мороженое, торты, пирожные, выпечка, кофе, чай, конфеты, печенье, круассаны.
- Самая свежая выпечка.
- Новый дизайн тортиков.
- Новые вкусы пирогов.

Примеры интересных решений в продвижении

Примеры интересных решений в продвижении



Сегмент

Основной сегмент делится на два основных сегмента – сахаристые кондитерские изделия и мучные кондитерские изделия.

<u>Выгода будет в следующем:</u>

1) Праздники, корпоративы, утренники;
2) Перекус между прогулками и работой;
3) Доставка на дом, семейная обстановка или для праздничного стола для приема гостей;
4) Романтический вечер;
5) Поездки и пикники;
6) Поход в гости.

Важные для продвижения отличительные черты людей

Потребители: женщины и мужчины от 14-60 лет, рабочие, служащие со средним достатком, образование среднее и высшее.

Что важно для потребителей?

- Наличие доставки, акции и скидки, большой ассортимент, цена, время работы, размер, удобство, дизайн, привязка к праздникам, ограниченные

Географические, демографические, психографические особенности потребителей

- Географические – Калининград
- Демографические:

1) Возраст – 14-60 лет

2) Сфера деятельности: школьники, студенты, работники, пенсионеры.

- Психографические:

1) Люди, любящие кондитерские изделия.

2) Люди, которые нуждаются в перерыве на завтрак-обед-ужин.

3) Люди, которым хочется пойти домой или в гости, с кондитерскими изделиями.

4) Люди, которые отмечают праздники с кондитерскими изделиями.

Выводы

• На выходных можно устраивать мастер-классы по изготовлению кондитерских изделий для детей и взрослых – «Не знаешь чем заняться на выходных? Приходи на мастер-класс, с нами весело!»
• Чаще делать акции, радовать бонусами. Например, при покупке товара, дать карточку, на которой будет заключаться задача – собрать 6 наклеек и получить в подарок свежеиспеченную булочку или пирожную.
• Возможно, можно даже сделать что-то для студентов или школьников – «Получил красный аттестат – тортик в подарок» (только с предоставлением документа).
• Скидки и какие-то определенные выгоды для пенсионеров и ветеранов.

Тенденции, влияющие на данный рынок

Объем совокупного предложения на рынке кондитерских изделий в 2013-2018(О) гг. и прогноз на 2019-2025 гг., тыс. т. (в рамках базового сценария развития)

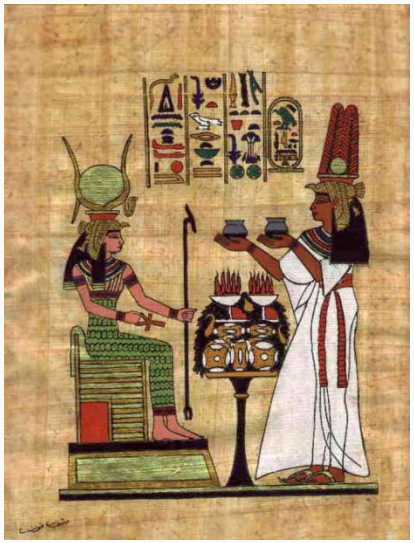
Источник: Данные Росстата, ФТС, аналитика IndexBox

Тенденции, влияющие на данный рынок

- Рассматривая воздействие конъюнктуры кондитерского рынка на положение предприятий на рынке, среди основных тенденций развития необходимо оценивать изменение покупательского спроса в сторону сегмента «премиум» как положительный фактор. Такое же воздействие оказывает постоянный покупательский интерес к новым видам продукции.
- Вывод на рынок новых видов кондитерских изделий увеличивает производство, позволяет предприятиям освоить новые рынки сбыта и охватить дополнительную целевую аудиторию.
- Для того чтобы занять новую нишу на рынке кондитерских изделий, предприятия должно проводить обновление технологического парка и разрабатывать бренды.
- Сильные бренды позволяют расширять линейку продукции под уже запомнившимися, хорошо зарекомендовавшими себя марками, тем самым давая возможность увеличивать объем производства продукции, как в стоимостном, так и натуральном выражении.

Дополнение

Краткая история рынка



- Корни истории возникновения кондитерских изделий уходят далеко в древность. Сладости впервые появились в Древнем Египте, Античной Греции и на Ближнем Востоке, а затем в Италии, быстро распространяясь по всему миру благодаря непревзойденному вкусу.

- Первыми, кто наслаждался вкусом конфет, были древние греки и египтяне. Самыми первыми считаются конфеты Древней Греции, изготавливаемые из меда и самых разнообразных фруктов. В Египте же основным компонентом этих сладостей были финики.
- Воздушные десерты, свежую выпечку, печенья, мармелад, нежные пирожные, конфеты ручной работы, красочные торты — весь фейерверк сладкой продукции сегодня можно приобрести в кондитерских.

Особенные факторы

- Основным факторам, влияющим на формирование ассортимента кондитерских изделий можно отнести следующие: сырье; вспомогательные материалы; основные технологические процессы.

- Сырье - один из основополагающих факторов, формирующих качество и количество кондитерских изделий.

Спасибо за внимание!