

ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА СЕМЕЧЕК ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОГРАММЫ РЕБРЕНДИНГА ТОРГОВОЙ МАРКИ «ШЕЛУПОНЬКИ»

**Цветкова. Е.Е.,
научный руководитель Выдрыч Н.В.
Сибирский Федеральный университет**

Семечки торговой марки «Шелупоньки» давно известны красноярским потребителям. Но в 2011 году владельцы марки решились провести ребрендинг и изменить ассортиментный портфель выпускаемой продукции. Это связано с тем, что почти все виды потребительских товаров требуют время от времени изменения дизайна, стиля, концепции, заложенной в товаре. Этого требует постоянное изменение рынка: смена предпочтений потребителей, активные действия конкурентов. Поэтому нужно постоянно адаптироваться к меняющимся внешним условиям для поддержания своей конкурентоспособности.

В связи с этим появилась необходимость проведения мониторинга рынка семечек, города Красноярска. Проведение мониторинга позволит разбираться в ситуации на рынке, проанализировать деятельность конкурентов, отследить их ценовую политику, а так же понять за счет чего конкурентам удается удерживать лидирующие позиции.

В ходе мониторинга рынка изучались торговые точки всех представленных в регионе форматов (гипермаркеты, супермаркеты, мини-маркеты, магазины прилавочного типа, рынки, фирменные розничные точки различных производителей).

Период проведения исследования: январь – февраль 2012 года;

География исследования: город Красноярск;

Объем выборки: было рассмотрено 528 торговых точек, из них 126 сетевых магазинов и 402 магазина традиционной розницы.

В ходе мониторинга фиксировалось название торговой точки, адрес, формат, количество витрин и количество фэйсингов, а так же цены.

По итогам мониторинга был составлен отчет, состоящий из двух документов:

- Мониторинг торговых точек (в формате MS Excel).
- Отчет по итогам мониторинга (в формате MS Word).

Доля полки: в торговой точке продукция располагается на полках или витринах в окружении продуктов-конкурентов. Поэтому очень важное значение имеет расположение продукта на полке. То, насколько продукт выделяется на магазинной полке, зачастую определяет его судьбу на рынке. Так же это оказывает влияние на объем продаж. Это можно учитывать при помощи показателя «фэйсинг».

Фэйсинг - это единица продукции, видимая (в магазинах с самообслуживанием - доступная) покупателю. Это единица продукта, выложенная на полке фронтально, лицевой стороной к покупателю. Очень часто потребитель выбирает марку товара спонтанно, первую которую увидит на полке, соответственно, если существуют проблемы с фэйсингом, это может подорвать все усилия по продвижению.

При проведении мониторинга рассчитывалась доля фэйсинга - относительный показатель для сравнения с конкурентами. В ходе мониторинга рынка было рассмотрено 46 наименований семечек. Из всех представленных семечек выделилось четыре основных лидера, которые занимают наибольшую долю полки.

Семечки «Бабкины» являются неоспоримым лидером, которому принадлежит основная доля полки (54%). Лидер не меняется в различных категориях магазинов, а наоборот, в более мелких форматах магазинов увеличивает свою долю полки. Широкий ассортимент продукции дает им возможность претендовать на большее полочное пространство. Затем идут семечки торговой марки «Шелупоньки» (18%), Чудные (15%), Грызли (13%), остальные производители занимают (около 3 %). (см. диаграмму 1).



Диаграмма 1. Весь рынок

Если рассматривать занимаемую долю полки в супермаркетах, то здесь следующее расположение: Бабкины семечки (49%), Чудные (23%). Грызли (17%), Шелупоньки, (11%). (см. диаграмму 2).

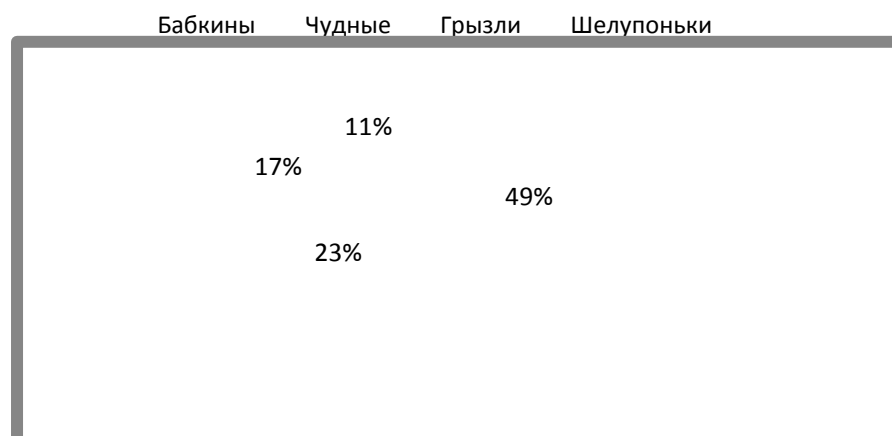


Диаграмма 2. Супермаркеты + Гипермаркеты

Семечки «Чудные» и «Грызли» занимают достаточно большую долю полки в супермаркетах благодаря дополнительно установленным стойкам «Русли». Это резко увеличивает долю этого производителя в торговом зале.

В магазинах традиционной розницы лидеры те же, что и в супермаркетах. Наибольшую долю полки занимают : Бабкины семечки (57%), Шелупоньки (23%), Грызли (11%), Чудные (9%). (см. диаграмму 3).

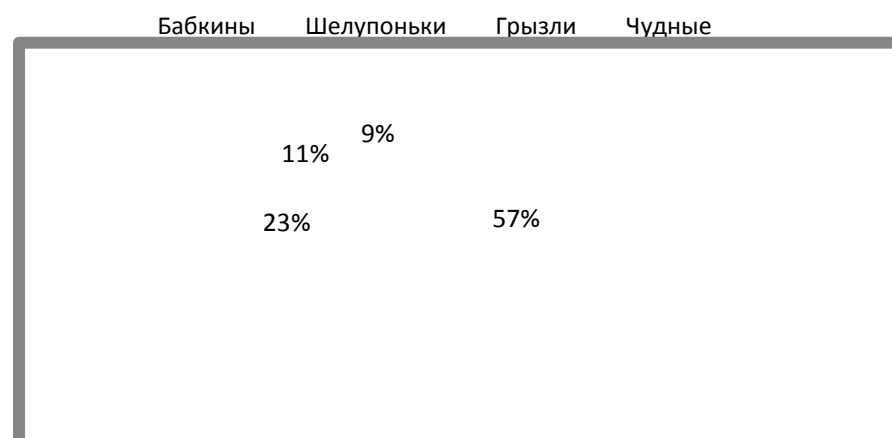


Диаграмма 3. Традиционная розница.

Сейчас рассмотрим расположение производителей семечек по районам города Красноярск. В ходе мониторинга были рассмотрены следующие районы города:

1. Северо-Западный район: В данном районе была рассмотрена 41 торговая точка, из которых 5 сетевых магазинов и 36 магазинов традиционной розницы.
2. Ветлужанка: В данном районе были рассмотрены 35 торговых точек, из которых 5 сетевых магазинов и 30 магазинов традиционной розницы.
3. ГорДК - Академ - Копылова: В данном районе были рассмотрены 72 торговых точек, из которых 18 сетевых магазинов и 54 магазина традиционной розницы.
4. Центр: В данном районе были рассмотрены 69 торговых точек, из которых 27 сетевых магазинов и 42 магазина традиционной розницы.
5. Взлетка + Северный: В данном районе были рассмотрены 118 торговых точек, из которых 32 сетевых магазина и 86 магазинов традиционной розницы.
6. Зеленая роща: В данном районе были рассмотрены 50 торговых точек, из которых 9 сетевых магазина и 41 магазин традиционной розницы.
7. Солнечный: В данном районе были рассмотрены 30 торговых точек, из которых 4 сетевых магазина и 26 магазинов традиционной розницы.
8. Пашенный: В данном районе были рассмотрены 22 торговые точки, из которых 1 сетевой магазин и 21 магазин традиционной розницы.
9. Красноярский рабочий + КрасТЭЦ: В данном районе были рассмотрены 45 торговых точек, из которых 14 сетевых магазинов и 31 магазин традиционной розницы.
10. Черемушки + Энергетики: В данном районе были рассмотрены 36 торговых точек, из которых 4 сетевых магазина и 32 магазина традиционной розницы.
11. Калинина: В данном районе были рассмотрены 10 торговых точек, из которых 3 сетевых магазина и 7 магазинов традиционной розницы.

Если рассматривать расположение производителей семечек по районам города Красноярска, то выделяются четыре лидера это семечки торговых марок: «Бабкины семечки», «Шелупоньки», «Чудные» и «Грызли». Семечки «Бабкины» во всех районах занимают первое место, им принадлежит наибольшая доля полки. Они являются неоспоримым лидером.

Что касается семечек «Шелупоньки», то они занимают большую долю полки в более отдаленных районах города. Чем дальше от центра, тем больше доля занимаемой полки. Для примера рассмотрим расположение семечек торговой марки «Шелупоньки» в Центральном районе города (см. диаграмму 4) и в более отдаленном районе (см. диаграмму 5)



Диаграмма 4. Центральный район



Диаграмма 5. Солнечный.

В ходе проведения исследования было выявлено три основных конкурента, которым принадлежит наибольшая доля полки, это семечки торговых марок «Бабкины», «Грызли» и «Чудные». Предлагаемый ассортимент данных семечек гораздо шире, чем у семечек «Шелупоньки».

В ходе проведения мониторинга, фиксировались цены представленных семечек. Что касается цены, то она также является одним из главных факторов воздействия на долю рынка и на объем продаж. Рассмотрим цены и ассортимент четырех основных лидеров – это семечки торговых марок «Бабкины», «Шелупоньки», «Грызли» и «Чудные». Из представленных семечек наиболее широкий ассортимент у «Бабкиных семечек», а так же наиболее высокая цена. Далее идут семечки «Грызли», далее идут семечки «Шелупоньки» и «Чудные» примерно в одинаковом ценовом диапазоне.

Бабкины соленые	Средняя цена
40	11,84
100	26,21
300	78,18
Бабкины жареные	Средняя цена
40	11,83
100	26,27
300	78,52
500	126,02
Бабкины XXL жареные	Средняя цена
100	32,12
250	83,23
400	119,00
Бабкины ведро жареные	Средняя цена
450	142,15

Шелупоньки жареные	Средняя цена
60	9,90
150	22,50
Шелупоньки соленые	Средняя цена
60	10,00
150	22,46

Грызли жареные	Средняя цена
40	8,22
150	23,96
Грызли соленые	Средняя цена
40	8,24
150	23,80
Грызли XXL жареные	Средняя цена
100	26,97
Грызли XXL соленые	Средняя цена
100	27,88

Чудные жареные	Средняя цена
60	9,86
180	27,46
300	41,84
Чудные соленые	Средняя цена
60	10,06
180	27,15
300	45,33