



Исследования компании Step by Step

Сладко

есть

не запретишь

ОБЗОР
РОССИЙСКОГО РЫНКА
МУЧНЫХ КОНДИТЕРСКИХ
ИЗДЕЛИЙ

Отечественный рынок кондитерских изделий считается одним из самых больших в мире – он входит в ТОП-5 крупнейших мировых рынков. Около половины рынка занимает сегмент мучных кондитерских изделий, которые пользуются стабильным спросом у россиян.

В рамках настоящего исследования российский рынок мучных кондитерских изделий включает в себя следующие категории продукции:

- печенье,
- вафли,
- пряничные изделия,
- кексы,
- рулеты,
- торты,
- пирожные,
- мучные восточные изделия.

В развитии российского (постсоветского) рынка кондитерской продукции можно выделить 4 этапа.

Первый этап (с 1990-го по 1998 год) – формирование рыночной среды отрасли: рынок заполнялся участниками и практически полностью принадлежал иностранному капиталу, а спрос на иностранную продукцию повышался.

Второй этап (с 1998-го по 2000 год) – кризис 1998 года повлек за собой снижение доли импорта и дал возможность российским производителям усилить свои позиции на

отечественном рынке. Однако дефолт, облепив доступ на рынок российским компаниям, принес с собой трудности, связанные с закупкой сырья и оборудования. Около 80% сырья отечественные производители покупали за рубежом. По данным кондитерской ассоциации «Асконд», сразу же после кризиса в целом по кондитерской отрасли оборотные средства предприятий уменьшились втрое, а среднегодовое потребление кондитерских изделий сократилось с 10,9 до 8,5 килограмма на душу населения. Упали и объемы производства. Так, в 1999 году было произведено на 200 тысяч тонн продукции меньше, чем в 1997-м.

Третий этап (с 2000-го по 2009 год) – постепенный рост производства и потребле-

ния кондитерской продукции обернулся падением в кризисном 2008 году. Однако стоит отметить, что кондитерский рынок в меньшей степени пострадал от кризиса, по сравнению с другими отраслями продовольственного рынка. Объяснением тому является стабильный потребительский спрос на данную продукцию.

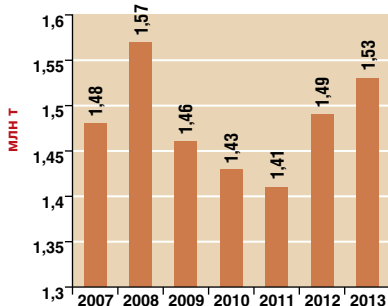
Четвертый этап (с 2009 года по настоящее время) – сегодня российский кондитерский рынок имеет четкую сложившуюся структуру участников, широкий и адаптированный к нуждам потребителей ассортимент, динамичные бренды, поддержанные мощным маркетингом.

Современный рынок мучных кондитерских изделий является практически насыщенным, с высокой степенью конкуренции. На исследуемый рынок помимо общеэкономических факторов оказывают влияние рынок сахара, муки и другие связанные рынки.

Оценка и расчет основных показателей российского производства мучных кондитерских изделий, а также основных количественных характеристик этого рынка проводились на основе данных официальной статистики об основных видах изучаемой продукции:

- изделия мучные кондитерские, торты и пирожные недлительного хранения;
- печенье и пряники имбирные и аналогичные изделия; печенье сладкое; вафли.

Рисунок 1. ДИНАМИКА ПРОИЗВОДСТВА МУЧНЫХ КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ в 2007–2013 годах, млн т



Источник: ГК Step by Step

По итогам 2010 года, производство мучной кондитерской продукции составило 1,43 млн тонн (рис. 1). В 2011 году было выпущено только 1,41 млн тонн, что на 1,6% ниже показателя предыдущего года. В 2012 году объем производства изучаемой продукции снова вырос – он составил 1,49 млн тонн, превысив показатель предыдущего года на 6,2%. В 2013 году было произведено 1,53 млн тонн мучной кондитерской продукции.

По оценкам специалистов ГК Step by Step, емкость российского рынка мучных кондитерских изделий составляет 1,965 млн тонн продукции. Но стоит отметить, что представленные данные могут быть скорректированы с учетом инфляции, изменения демографической ситуации и других факторов.

Проанализировав динамику производства, можно наблюдать следующую картину: если с 2008 года российское производство было представлено преимущественно мучной кондитерской продукцией, то с 2010-го сахаристые кондитерские изделия занимают уже более половины

объема рынка. Таким образом, рынок мучных кондитерских изделий демонстрирует незначительное снижение темпов роста, что может говорить о его насыщении.

В настоящее время практически весь объем сегмента мучных кондитерских изделий в нашей стране – это продукция отечественных производителей. Их продукция наиболее узнаваема и популярна у российского покупателя. Если же говорить об иностранных компаниях, то они в основном проникают на российский рынок путем приобретения активов и производственных мощностей российских предприятий (так, например, была приобретена фабрика «Большевик»).

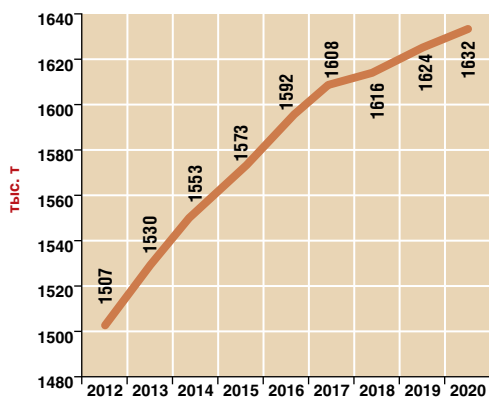
Открывшиеся таможенные границы в условиях полноправного членства России в ВТО пока не привели к резкому притоку импортной мучной кондитерской продукции. По предварительным данным, зарубежные поставщики и в 2013 году не оказали значительного влияния на сегмент мучных кондитерских изделий, так как снижение по-

шлин коснулось в основном сахаристого сегмента кондитерского рынка. С учетом членства России в ВТО, эксперты прогнозируют рост объема рынка по итогам 2013 года примерно на 7–10%.

На основе приведенных данных об объеме и емкости рынка мучных кондитерских изделий можно построить прогноз ди-

намики объема рынка в натуральном выражении. Согласно прогнозам, в 2020 году объем изучаемого рынка может составить 1,6 млн тонн (рис. 2). Но стоит отметить, что в ближайшие 2–3 года темпы роста будут составлять порядка 1–2%, а в последующие годы они могут снизиться до 0,5%.

Рисунок 2. ДИНАМИКА РЫНКА МУЧНЫХ
КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ в 2012–2020 годах,
Тыс. т



Источник: ГК Step by Step

Далее рассмотрим основные тенденции российского рынка мучных кондитерских изделий.

Во-первых, происходит увеличение спроса на дорогую продукцию. С ростом доходов населения наблюдается и смещение потребительских предпочтений в сторону более дорогого сегмента. В настоящее время потребители готовы платить больше за качественные и эстетично упакованные продукты. Тенденция к росту спроса на премиальный сегмент оказала значительное влияние на развитие рынка мучных кондитерских изделий. Так, печенье, вафли, пирожные и другие виды изделий претерпели значительные изменения, как в отношении рецептуры, так и в отношении внешнего вида.

Во-вторых, отмечается расширение продуктовой линейки. Жесткая конкуренция на рынке заставляет производителей идти по пути расширения ассортимента, создавать новую продукцию, которая будет отличаться от конкурентов. Таким образом, на сегодняшний день на рынке наблюдается увеличение ассортимента предлагаемого товара, введение новинок в продуктовую линейку – путем вывода на рынок принципиально новых продуктов, либо посредством усовершенствования или выпуска подвидов брендов, уже ставших классическими. Так, например, ЗАО «Комбинат мучнисто-конди-

терских изделий «Добрынинский» (Москва) применяет новые технологии при изготовлении новинок – тортов на основе суфле (ТМ «Болеро», «Восторг», «Мелодия»), а также суфле со взбитыми сливками (ТМ «Вишневый сад», «Пирамида», «Крем-брюле»).

В-третьих, все большую популярность приобретает продукция для здорового образа жизни. Производители продуктов питания стали уделять особое внимание изготовлению продукции с использованием различных пищевых ингредиентов, способствующих улучшению здоровья. На фоне тенденций здорового образа жизни, подразумевающего правильное и сбалансированное питание, многие производители во избежание падения спроса на свою продукцию все чаще предлагают потребителям «компромиссный» вариант: низкокалорийные торты и пирожные. Так, например, ОАО КБК «Черемушки» (Москва) выпустило торт с пониженной калорийностью под ТМ «Зимняя вишня», а столичное ЗАО «Комбинат мучнисто-кондитерских изделий «Добрынинский» – йогуртово-клубничный и творожные торты.

Производители печенья в ответ на стремление потребителей к ведению здорового образа жизни вводят в свой ассортимент продукцию с добавлением дополнительных ингредиентов: отрубей злаков, изюма, миндаля, витаминов и различных микроэлементов (например, ТМ «Юбилейное утреннее» от ООО «Мондэлс Русь» и печенье на фруктозе от ООО «Диет Пром»).

Таким образом, на сегодняшний день спросом по-прежнему пользуются традиционные классические мучные кондитерские изделия (печенье, пряники, вафли). Также растет популярность инновационной продукции (с расширенными потребительскими свойствами, например обогащенной витаминами). Несмотря на постепенное насыщение, рынок мучных кондитерских изделий позиционирует себя как перспективный. Как отмечалось ранее, в ближайшие несколько лет исследуемый рынок будет развиваться небольшими темпами. При этом на его развитие повлияет экономическая ситуация в стране, так как в России происходит

существенное замедление темпов роста экономики. Таким образом, более точные прогнозы, даже на год, лучше делать в середине текущего года.

*Анастасия Птуха,
председатель совета директоров
ГК Step by Step*

*Татьяна Мерзлякова,
менеджер по маркетингу
ГК Step by Step*

Research of the Company “Step by Step”

Review of Russian Market of Baked Confectionery

Russian confectionery market is one of the largest markets in the world; actually it is one of five largest confectionery markets globally. About half of Russian confectionery market is provided by baked confectionery, the category enjoying steady consumer demand.

In this review we considered the category of baked confectionery to comprise the following product groups:

- cookies/biscuits,
- wafer,
- gingerbread,
- muffins,
- rolls,
- cakes/pies,
- pastry,
- oriental confectionery.

Development of Russian (post soviet) confectionery market had 4 stages.

First stage (1990 – 1998) was the period when market space was settling, operators were coming while the market was almost completely controlled by foreign companies and demand for imported products was growing.

Second stage (1998 – 2000); crisis of 1998 made import share decline and gave Russian manufacturers the opportunity to improve their market positions. Default opened this market for Russian companies but brought certain challenges referred to purchase of raw materials and equipment. About 80% of raw materials were imported by Russian manufacturers. According to confectionery association “Ascond”, right after default current assets of confectionery companies reduced by 3 times and the average per capita annual consumption of confectionery products went from 10.9 kg down to 8.5 kg. Production volume also declined: in 1999 production volume was by 200 thousand tons less than in 1997.

Third stage (2000 – 2009): gradual increase of production and consumption was followed by downswing in 2008. Though it should be mentioned that confectionery market was affected by the crisis to the least extent in comparison to other food industries due to sustained consumer demand for the review category.

Fourth stage (2009 – current time): Russian confectionery market is settled in terms of distribution between market players. The market

offers consumers wide and diverse product range responding to their needs and demands; strong and dynamic brands are supported by powerful marketing.

Today Russian market of baked confectionery is practically saturated and competitive landscape is very crowded. Market performance is influenced by macroeconomic factors and also by performance of adjacent markets of sugar, flour and other related industries.

Estimation and calculation of basic production indices of baked confectionery and other quantitative indices of the review market were made basing on official statistics for the following product categories:

- baked confectionery, cakes and pastry with short shelf life;
- biscuits, gingerbread and similar products; cookies; wafer.

In 2010 production volume of baked confectionery in Russia constituted 1.43 million tons. In 2011 Russia produced just 1.41 million tons of the review category or by 1.6% less against previous year. In 2012 production volume increased again to constitute 1.49 million tons, plus 6.2% over previous year. In 2013 production volume constituted 1.53 million tons of baked confectionery.

According to “Step by Step” Group, volume of Russian market of baked confectionery constitutes 1.965 million tons. It should be mentioned that indices in this review can be adjusted with consideration of inflation, changes in demography and some other factors.

Analysis of production dynamics reveals the following: in 2008 domestic production was dominated by baked confectionery and in 2010 sugar confectionery already provided more than half of domestic production in volume. Thus, Russian market of baked confectionery is slightly slowing down which is the sign of saturation.

Today Russian market of baked confectionery is dominated by domestic products. Moreover, domestic products enjoy the highest recognition and popularity among consumers. Meanwhile foreign companies come to Russian market today mainly via acquisition of production facilities of Russian companies (for instance, factory “Bolshevik” was acquired).

Full membership of Russia in WTO did not lead to flood of im-

ported baked confectionery to the review market. Even in 2013 foreign operators have no significant influence upon Russian market of baked confectionery because reduction of import tariffs was mainly applied to the categories of sugar confectionery. With consideration of Russia’s membership in WTO experts forecast approximately 7–10% increase of volume on baked confectionery market in 2013.

Basing on data of volume and capacity of baked confectionery market we made forecast of market dynamics in volume. In 2020 volume of the review market can reach 1.6 million tons. However, it should be mentioned that during the next 2–3 years annual growth rate will constitute about 1–2%, further on growth rate can go down to 0.5% annually.

Now let’s talk about major trends of Russian market of baked confectionery.

First, demand for expensive offerings grows. Consumer incomes increase, so consumer preferences shift to more expensive products. Today consumers are willing to pay more for high quality products in beautiful package. Increasing demand for premium products significantly influences performance of Russian market of baked confectionery. For instance, many products of the categories of biscuits/cookies, wafer, pastry and some others see changes both of recipe and exterior.

Second, product range is getting wider. Fierce competition forces manufacturers extend their product lines and develop products differentiating them from competitors. Thus, offer of baked confectionery increases, existing product lines are extended with new products – it can be either brand new product concept or improved/changed variety of classic brands. For instance, “KMKI (Baked Confectionery Complex) “Dobryninsky” CJSC (Moscow) uses new technologies in production of new soufflé cakes (TM “Bolero”, “Vostorg (Delight)”, “Melodia (Melody)”) and soufflé and whipped cream cakes (TM “Vishnev Sad (Cherry Garden)”, “Piramida (Pyramid)”, “Crème Brûlée”).

Third, healthy products are gaining increasing popularity. Manufacturers started to pay special attention to products with ingredients providing various health benefits. In the context of health and wellness trend implying balanced and healthy nutrition many

manufacturers of baked confectionery try to avoid decline of demand by offering “compromise” products like low calorie cakes and pastry. For instance, “KBK “Cheryomushki” OJSC (Moscow) launched low calorie cake under TM “Zimnaya Vishnya (Winter Cherry)” and “KMKI ““Dobryninsky” CJSC (Moscow) started production of yoghurt and strawberry cake and soft cheese cake.

Manufacturers of biscuits/cookies respond to health and wellness trend by enriched/fortified products and biscuits/cookies with healthy ingredients: grains bran, prunes, almond, vitamins and micronutrients (for instance, TM “Yubleynoe Utrennee (Anniversary for the Morning)” by “Mondelez Rus” LLC and biscuits/cookies with sugar replaced by fructose by “Diet Prom” LLC).

So, today traditional kinds of baked confectionery (biscuits/cookies, gingerbread, wafer) sustain popularity while popularity of innovative products (with added value, for instance vitamin enriched) increases. Despite gradual saturation, Russian market of baked confectionery can be called promising

for business development. As it has been already mentioned, in several next years growth rate of the market will be quite low. Development of the review market will be influenced by general economical situation as Russian economy slows down now. Thus, more accurate forecasts (even for 12 months) should be made in the middle of current year.

Anastasia Ptukha
Chairman of the Board of Directors

Tatiana Merzlyakova
Marketing Manager
“Step by Step” Group

МАРКЕТИНГОВОЕ АГЕНТСТВО
STEP BY STEP

- Маркетинговое консультирование
- Маркетинговые исследования
- Готовые исследования
- Исследования сегмента HoReCa
- Брендинг

Тел.: (+7 903) 240-0088,
(495) 760-5073,
(495) 912-4817
Факс (495) 250-6358
E-mail:
info@step-by-step.ru
www.step-by-step.ru

Дорогу осилит идущий