

Рынок снеков в России

Тюрин Дмитрий - исполнительный директор ООО «Тубар Трейдинг»,
Член Совета Гильдии Маркетологов

Рынок снеков представляет для потребителей соленую и сладкую продукцию, которую можно использовать в виде перекуса. Исходя из этого формируется структура рынка (см. рис. 1)

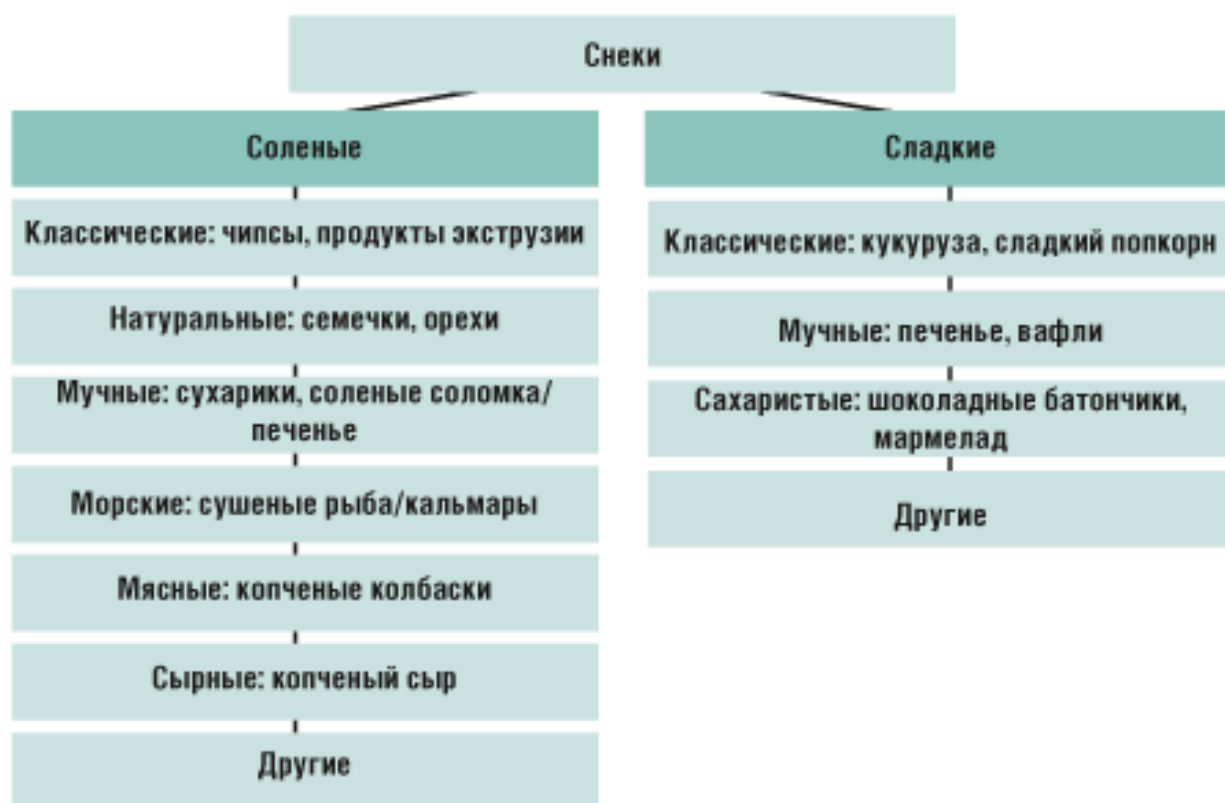


Рис. 1. Классификация рынка снеков

На протяжении последних десяти лет российский рынок снеков, включая соленые и обжаренные орехи, хрустящие хлебцы, сухарики, гренки и аналогичные обжаренные продукты, сушеный картофель и чипсы, вяленую рыбу и мюсли, продолжал демонстрировать стабильный рост.

Динамика изменения емкости рынка показывает его постоянный рост (см. рис. 2 и 3).

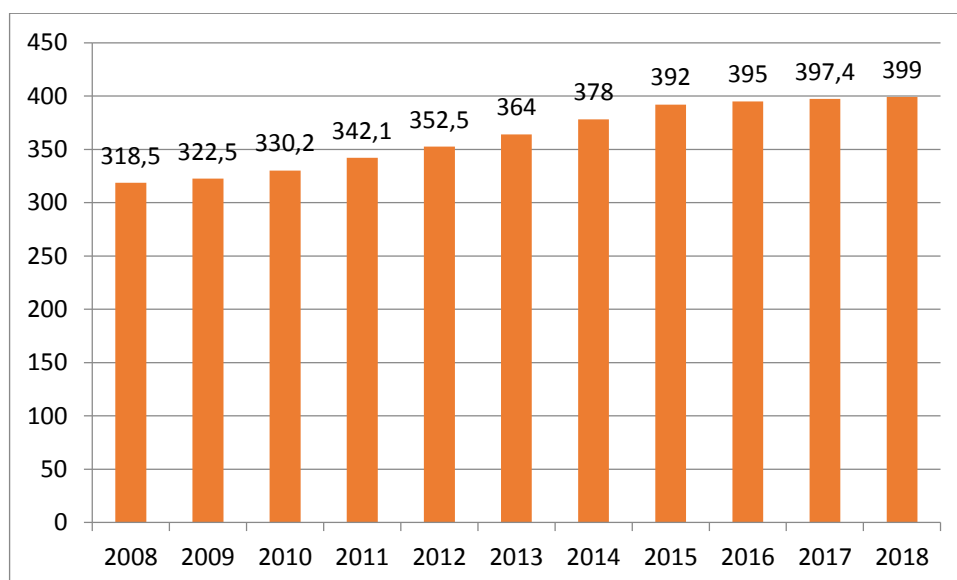


Рис.2. Емкость рынка снеков в натуральном выражении (тыс.т.)
2008-2018гг.

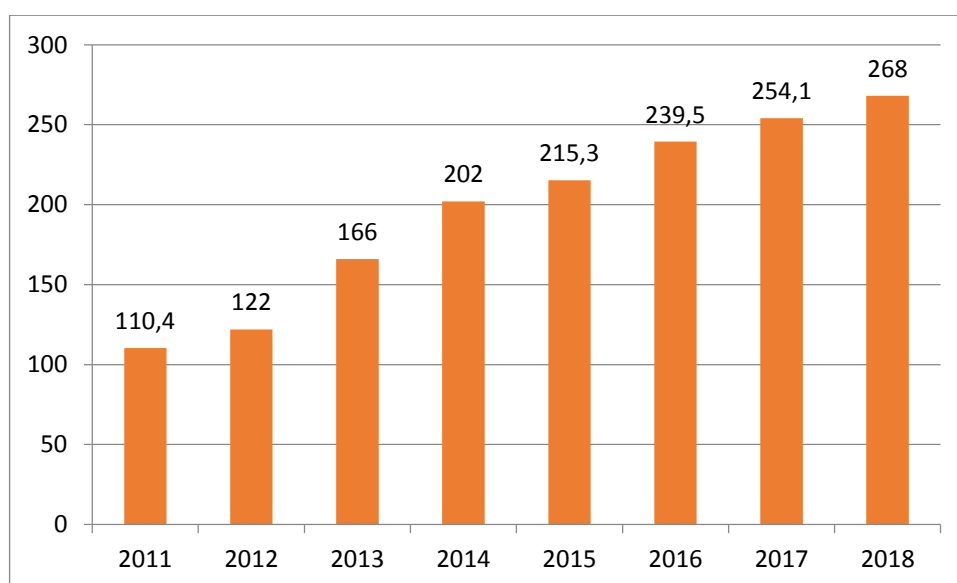


Рис.3. Емкость рынка снеков в стоимостном выражении (млрд.р.)
2011-2018гг.

В последние три года динамика продаж снековой продукции в натуральном выражении практически законсервировалась. Сохраняется рост рынка только в денежном эквиваленте за счет роста цен на продукцию.

За последние три года объем производства снековой продукции увеличился на 18%. По итогам 2018 года российская емкость рынка снеков

оценочно составила 399 тыс.т или 268 млрд.р, при этом в стоимостном выражении рынок вырос на 5,5% по сравнению с предыдущим годом.

Данному факту поспособствовали следующие положительные тенденции во внешней среде: стабилизация уровня доходов потенциальных потребителей и изменения в стиле их жизни. За это время сникеты утвердились в понимании потенциальных потребителей, как способ относительно быстрого перекуса. Кроме того, все больше стало развиваться направление собственных торговых марок торговых сетей.

С каждым годом динамика роста рынка в натуральном выражении постепенно замедлялась и по итогам 2018-го составила всего около +0,4% по сравнению с предыдущим годом. На снижение динамики развития рынка повлияли следующие тенденции:

- замедление темпов роста или негативная динамика во всех сегментах снеков;
- популяризация здорового питания, как основного сдерживающего фактора роста рынка;
- повышение цен на снековую продукцию;
- сокращение импульсных покупок вследствие падения доходов населения и перераспределения расходов в сторону более значимых продуктов;
- ужесточение конкурентной борьбы на рынке.

Основное развитие рынка связано с деятельностью прежде всего крупных и известных игроков, которых не много и они определяют его вектор. Небольшие отечественные компании не могут соревноваться с гигантами индустрии из-за ограниченных финансовых возможностей, отсутствия необходимых бюджетов на продвижение.

Давление на рынок относительно зарубежных мультинациональных компаний стимулирует отечественных производителей к поиску новых ниш. Ассоциации потребителей относительно вреда большинства видов снеков

стимулируют появление новых товарных категорий (например, фруктовые и овощные чипсы, лавашные чипсы).

Наибольшую долю в объеме рынка снеков составляют чипсы - 46% в натуральном выражении (рост объемов продаж +2% к 2017г) и 58,3% в стоимостном (рост +9%)

В структуре спроса на снековую продукцию преобладают также хлебные закуски занимают 18% рынка, соленое печенье – 13%, фасованные орехи и сухофрукты – 11%, соленые палочки, сушки, попкорн и прочие соленые закуски – 8%. Лидеры роста продаж в 2018 году - орехи и мюсли. Лидеры падения продаж – соленые крекеры. Распределение продаж по категориям снеков в стоимостном выражении представлено на рис.4.

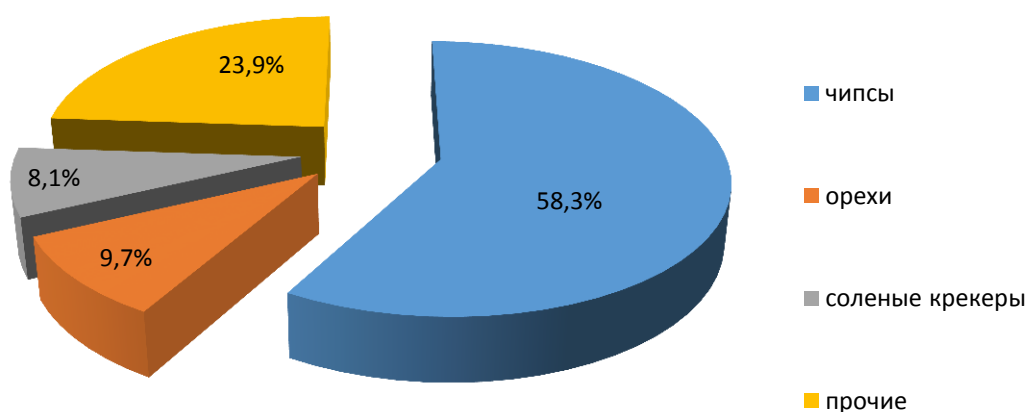


Рис. 4. Структура продаж рынка снеков в стоимостном выражении, 2018 г.

Импорт снековой продукции в Россию составляет около 29 тыс.т на сумму около 9 млрд.р. В натуральном выражении доля импорта в емкости рынка составляет около 7%, в стоимостном – около 3,5%. Наиболее активно завозятся картофельные чипсы, орехи и морские снеки. В числе лидеров-импортеров – Китай, Беларусь, Узбекистан.

Экспортная составляющая снекового рынка более значительна. По предварительным оценкам объем экспорта составляет около 10% от общего

оборота рынка снеков в натуральном выражении (около 43 тыс. т), хотя в стоимостном выражении доля менее 3% (около 7,5 млрд.р).

Основные экспортеры: Казахстан, Беларусь. Лидеры экспорта – орехи (65%), сухарики и гренки (28%).

Рассматривая структуру потребления снековой продукции по розничным каналам следует отметить, что основная доля активности потребителей приходится на минимаркеты и супермаркеты, которые составляют 65% от всей реализации на розничном рынке. Доля розничных каналов в реализации снеков представлены на рис. 5.

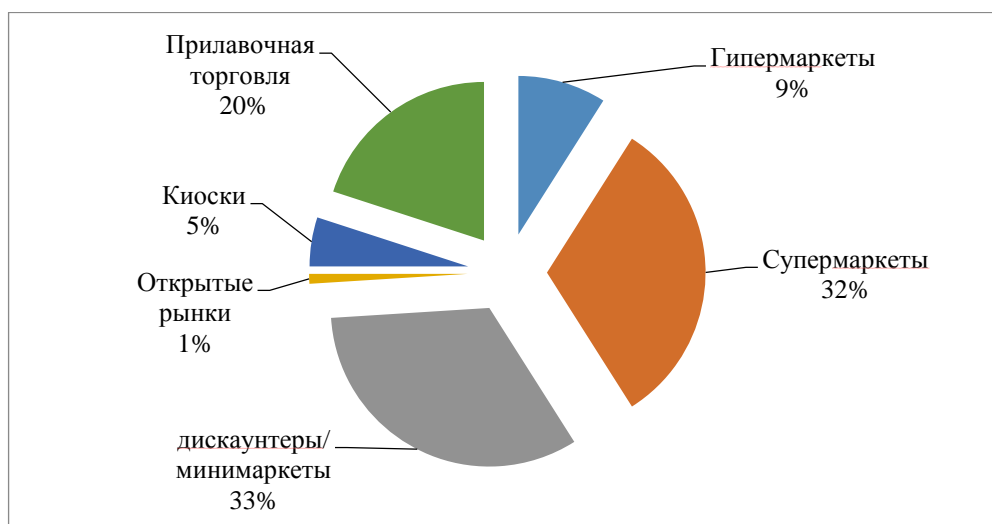


Рис. 5. Доля розничных каналов в реализации снеков