

УДК 658.8, 339.13

JEL M31, L81, F18

DOI: <http://doi.org/10.25728/econbull.2023.2.8-zvegintseva>

СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ ГЛОБАЛЬНОГО И РОССИЙСКОГО РЫНКА КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ

Звегинцева Елизавета Дмитриевна

РЭУ им. Г.В. Плеханова, Москва, Россия,

e-mail: lizzv2000@gmail.com; SPIN-код: 7533-3528; <https://orcid.org/0000-0002-6187-302X>

Лукина Анастасия Владимировна

РЭУ им. Г.В. Плеханова, Москва, Россия,

e-mail: Lukina.AV@rea.ru; SPIN-код: 2339-5743; <https://orcid.org/0000-0003-2455-3622>

Аннотация: В статье рассматриваются тенденции развития мирового и российского рынка кондитерских изделий, который является самым быстрорастущим в FMCG-группе, а также вторым по величине вклада в рост продовольственного рынка FMCG. Российский рынок кондитерских изделий имеет ряд сходств и отличий с мировым рынком. Производителям для удовлетворения потребностей потребителя важно следить за трендами как на российском, так и на международном рынке. Используя различные включения и начинки, соответствующие современным трендам, производители могут привлечь внимание потребителя и оставаться конкурентоспособными на рынке кондитерских изделий.

Ключевые слова: рынок кондитерских изделий, сегментация рынка кондитерских изделий, триггеры потребительского поведения, драйверы покупки кондитерских изделий.

MODERN TRENDS OF THE GLOBAL AND RUSSIAN CONFECTIONERY MARKET

Zvegintseva Elizaveta Dmitrievna

Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia,

e-mail: lizzv2000@gmail.com; SPIN code: 7533-3528; <https://orcid.org/0000-0002-6187-302X>

Lukina Anastasia Vladimirovna

Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia,

e-mail: Lukina.AV@rea.ru; SPIN-код: 2339-5743; <https://orcid.org/0000-0003-2455-3622>

Abstract: This article discusses the trends in the development of the world and Russian confectionery market. The confectionery market is the fastest growing in the FMCG group, as well as making the second largest contribution to the growth of the FMCG food market. The Russian confectionery market has a number of similarities and differences with the world market. It is important for manufacturers to follow trends in both the Russian and international markets to meet the needs of the consumer. Using various inclusions and fillings corresponding to modern trends, manufacturers can attract the attention of the consumer and remain competitive in the confectionery market.

Keywords: confectionery market, confectionery market segmentation, consumer behavior triggers, confectionery purchase drivers.

Введение. Рынок кондитерских изделий в России является самым быстрорастущим в FMCG-группе, а также вторым по величине вклада в рост продовольственного рынка FMCG. Он генерирует пятую часть его оборота (19,9%). Также наблюдаются двухзначные темпы роста для большинства кондитерских категорий [1,9]. В то же время под действием санкций против Российской Федерации этот рынок претерпел существенные изменения, ряд международных игроков ушли с российского рынка, что меняет его структуру и конкурентную ситуацию. Кроме того, уже сегодня фиксируются значительные изменения в поведении и предпочтениях потребителей, которые с одной стороны, открывают новые возможности для расширения ассортимента и увеличения продаж компаний, а, с другой стороны, становятся барьерами роста и развития для отдельных игроков рынка.

Материалы и методы. В работе проведен кабинетный анализ, который позволил определить перспективные направления развития на рынке кондитерских изделий, выделены тенденции характерные как для глобального рынка в целом, так и характерные для российского рынка кондитерских изделий. В анализе были использованы данные отраслевых отчетов, публикации экспертов рынка, консалтинговых и исследовательских агентств. Выявленные тенденции рынка и триггеры потребительского поведения позволят производителям лучше удовлетворять потребности потребителя, удерживать «своего» потребителя, привлекать новых, наращивая объемы производства и продаж.

Результаты. Сегмент шоколадных плит в 2022 году стал самым большим на рынке кондитерских изделий и составил 17,5% в денежном выражении (рис.1). Этот сегмент является одним из наиболее стабильных по объему продаж даже при условии сужения ассортимента кондитерских изделий на рынке в связи с уходом международных игроков. Сужение ассортимента шоколадных плит составило 2% (рис.2). Однако данный сегмент остается перспективным, так как наблюдается рост продаж даже при сложившихся обстоятельствах [1].

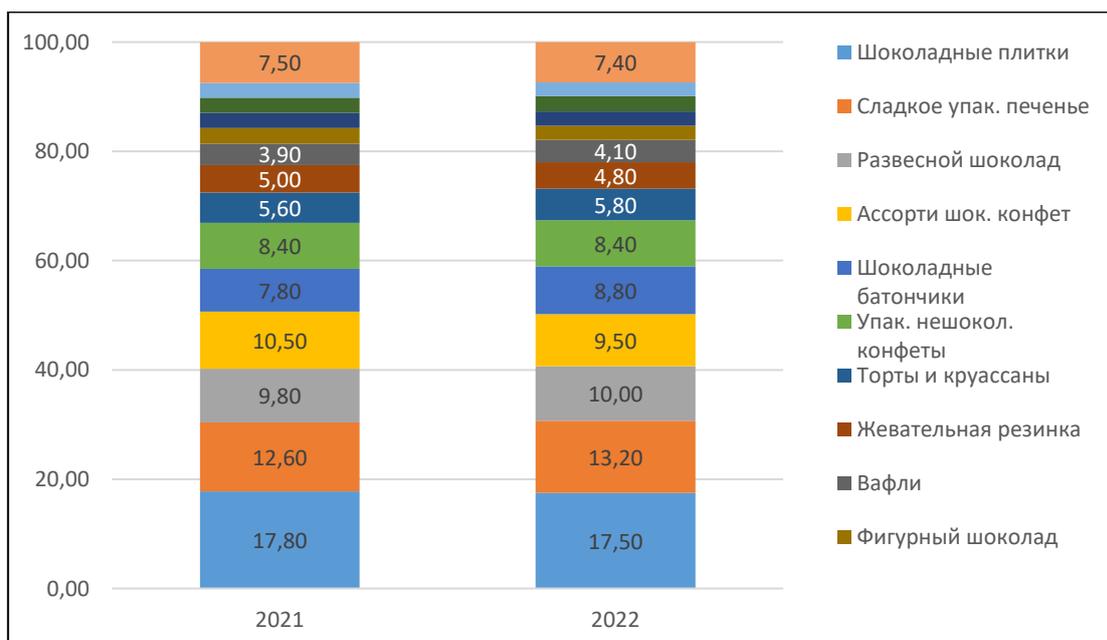


Рис. 1 Доли сегментов кондитерского рынка России (денежное выражение, %).

Источник: разработано авторами на основе [1]

Вторым по размеру на рынке кондитерских изделий является сегмент сладкого упакованного печенья, 13,2 % (см. рис.1). Представленный на этом сегменте рынок ассортимент значительно сократился (-15%, см. рис. 2), что открывает возможности для расширения ассортимента и роста продаж оставшихся на российском рынке игроков.

На рисунке 2 представлены данные по изменению ассортимента по сегментам рынка. Наибольшее сокращение ассортимента произошло по сегменту Штрудели, где сокращение составило 26 %. Драже в шоколаде стал третьим по сокращению ассортимента сегментом, которое составило 14 %.

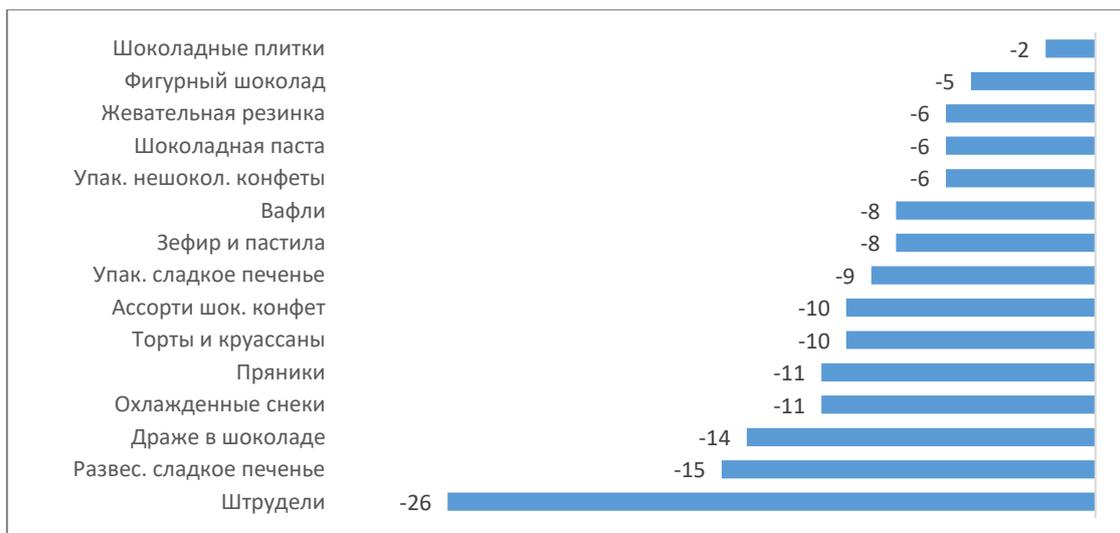


Рис. 2 Изменение ассортимента по сегментам кондитерского рынка России, %.
 Источник: разработано авторами на основе [1]

Основные мотивы потребительского поведения на рынке кондитерских изделий в России во многом пересекаются с глобальными мега-трендами, которые включают в себя:

- «исцеляющий гедонизм», который подразумевает получение потребителем максимального удовольствия и комфорта;
- «забота о себе», которая включает стремление потребителя жить дольше и лучше, что побуждает его подходить к выбору кондитерских изделий более осознанно, уделяя внимание составу продукта;
- «забота о планете» или снижение негативного влияния на окружающую среду, которое проявляется в выборе локальных брендов, особому вниманию к упаковке продукции [4, 5, 6].

По результатам опроса, проведенного компанией Innova в 2022 году, было выявлено, что драйверами покупки кондитерских изделий являются вкус (60%), получение удовольствия (44%) и поощрение себя (39%), что сильно коррелирует с мега-трендом «Исцеляющий гедонизм» (рис.3).

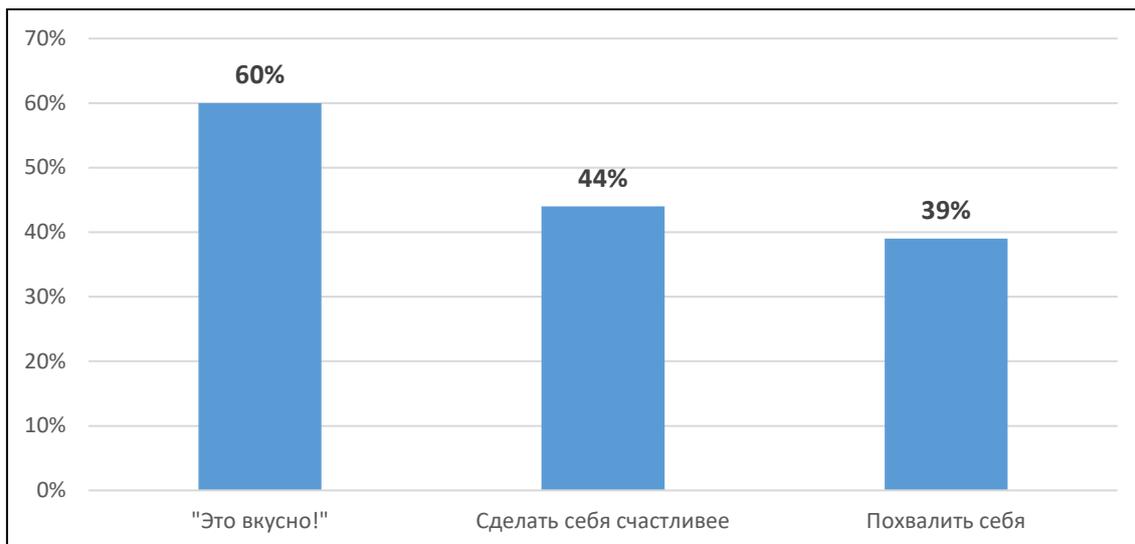


Рис. 3 Драйверы покупки кондитерских изделий.
 Источник: разработано авторами на основе [5]

При этом 60% респондентов отмечают именно вкус как один из важнейших факторов при выборе шоколада, а 29% опрошенных также отметили одним из важных факторов влияние на покупку натурального состава продукта, что пересекается с трендом «Забота о себе» (рис. 4, рис.5) [5].

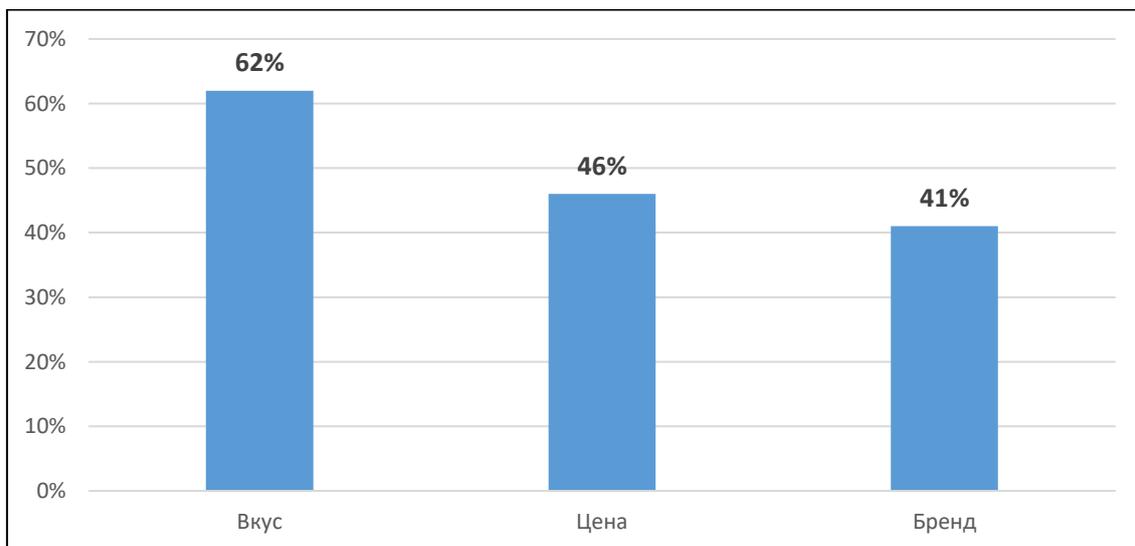


Рис. 4 Факторы важности при покупке кондитерских изделий.
 Источник: разработано авторами на основе [5]

Коммуникационные драйверы представляют собой сообщение, в том числе на упаковке, которое становится «оправданием» для совершения покупки. При высокой значимости эмоциональной, субъективной составляющей в потребительском выборе кондитерских изделий, в качестве «оправдания» потребители ищут рациональные информационные послы, опирающиеся на функциональные характеристики продукта, касающиеся состава кондитерского изделия. Одним из примером оправдывающего информационного послы может

стать рациональный аргумент «0% сахара» для потребителей, которые исключают добавленный сахар из своего рациона.

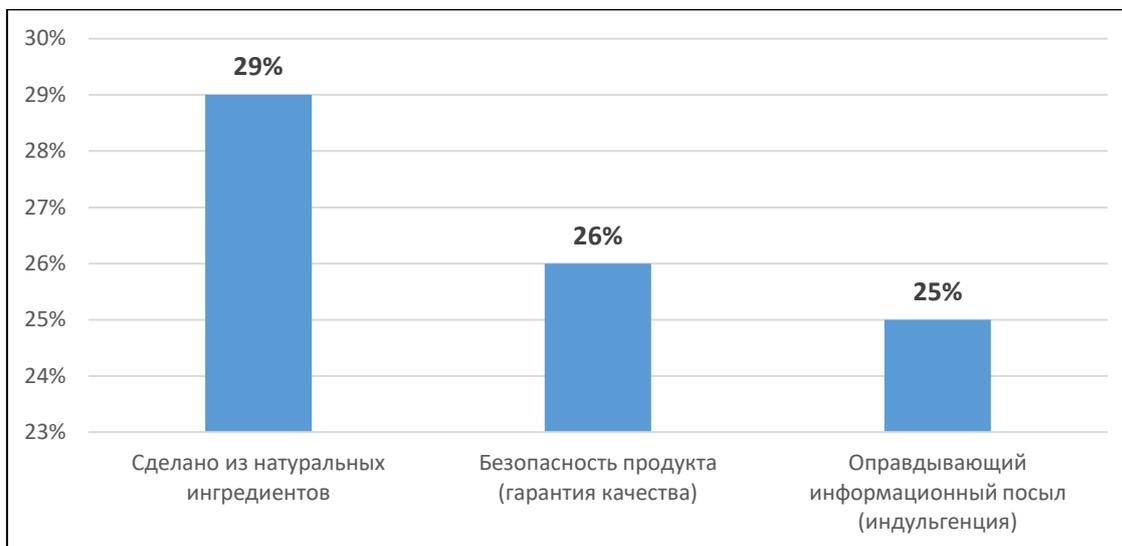


Рис. 5 Коммуникационные драйверы покупки кондитерских изделий.
 Источник: разработано авторами на основе [5]

За 2022 год 26% респондентов увеличили свое потребление кондитерских изделий, что связано с их большим разнообразием и доступностью новинок. Потребителю важно наличие новых вкусов, вкусовых и текстурных сочетаний, которые позволят получить новый опыт и впечатления, а соответственно, побаловать себя и получить удовольствие. Разнообразить вкусы, вкусовые и текстурные сочетания во многом помогает добавление различных начинок и включений. Рост продаж на 28% в объемном выражении шоколадных плит связан именно с интересом потребителя к новым и необычным вкусовым сочетаниям (рис.6) [1,5].

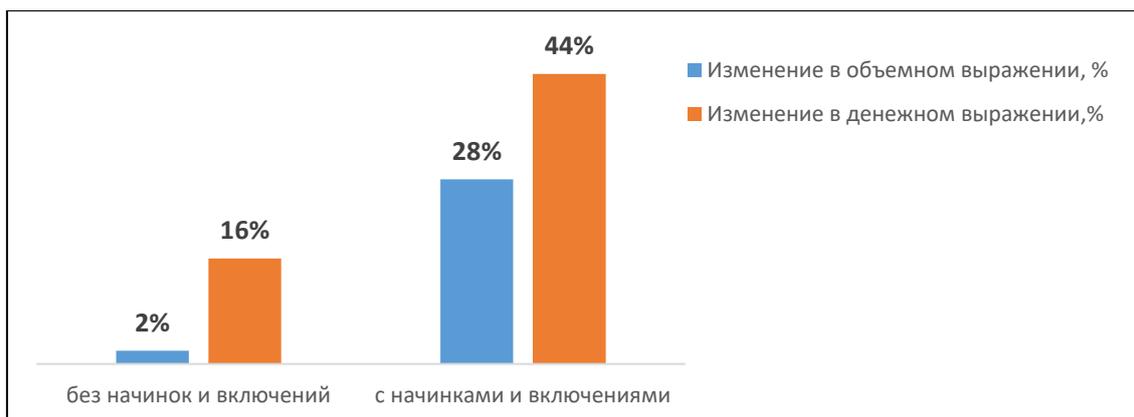


Рис. 6 Изменение продаж кондитерских изделий в 2022 году в России.
 Источник: разработано авторами на основе [1, 5]

Одними из наиболее популярных включений на российском рынке кондитерских изделий являются орехи. Например, в сегменте шоколадных плит

они составляют 65%, при этом объем продаж SKU с орехами растет, что делает их одним из трендовых направлений в кондитерских изделиях [1,9].

Двухзначный темп роста показывают сочетания орехов и фруктов (20%), где наблюдается огромное разнообразие сочетаний (орехи и изюм, орехи и тропические фрукты и др.) [1].

В сегменте шоколадных плит на российском рынке также наблюдается рост продаж в объемном выражении шоколада с начинками. Одними из наиболее популярных являются молочные начинки, молочные начинки с кусочками ягод и фруктов, а также карамель. Причем сочетания карамели с орехами или солью также имеют положительные показатели на международном рынке [1,6].

При рассмотрении тенденцией на международном рынке кондитерских изделий четко прослеживается тренд «Забота о себе». Если рассмотреть позиционирование шоколадных плит, то заметен рост шоколада на растительной основе (71%), с добавлением пребиотиков (65%) и пробиотиков (36%), а также продукция без пальмового масла (59%) и со сниженным содержанием сахара (31%). Появляются продукты с добавлением овсяных хлопьев (78%), кокосового масла (74%) и других полезных и здоровых добавок (рис. 7) [5,8].

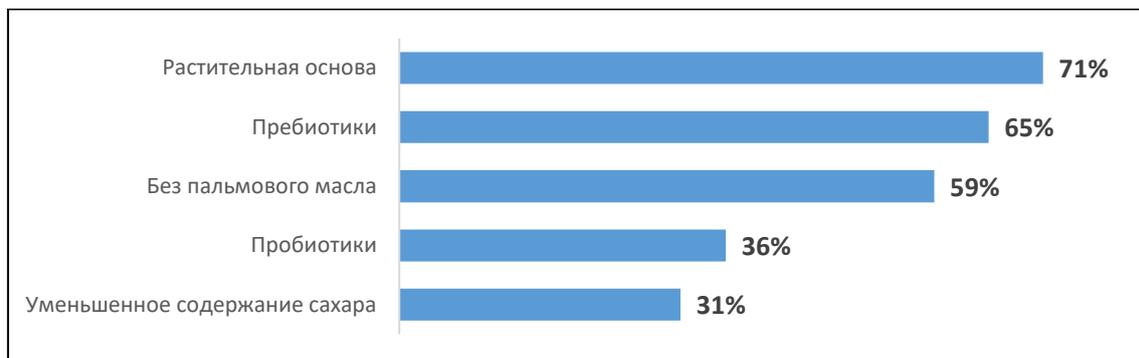


Рис. 7 Самые быстрорастущие позиций шоколадных кондитерских изделий (мировой показатель, среднегодовой темп роста, октябрь 2017 г. – сентябрь 2018 г. по сравнению с октябрём 2021г. – сентябрём 2022 г.).

Источник: разработано авторами на основе [5]

Новым направлением на международном рынке кондитерских изделий является направление Mood Food, которое соответствует тренду «Исцеляющий гедонизм». Данное направление подразумевает предоставление потребителю продукта, характеризующего определенные эмоции и состояние. Также в направлении Mood Food наблюдаются запуски функциональных продуктов. Например, компания The functional chocolate company выпустила линейку шоколада, который по заявлению компании предоставляет потребителю не только новые вкусовые сочетания, но и имеет оздоравливающий эффект (Sleepy Chocolate, Energy Chocolate) [7,8]. С учетом характерного для данного рынка поведения потребителей связанного с поиском разнообразия и желанием пробовать новые вкусы, виды, формы кондитерских изделий, указанный тренд продолжит свое развитие. Компании для поддержания лояльности, удовлетворенности потребителей, развития конкурентных преимуществ и дифференциации от конкурентов продолжают выпуск новинок с коротким жизненным циклом, но позволяющих поддерживать высокий интерес к своим брендам, увеличивать объемы продаж за счет пробных покупок.

Выводы. На основе проведенного анализа можно выдвинуть ряд рекомендаций для производителей кондитерских изделий по развитию ассортимента товаров.

1. При разработке новых продуктов часть ассортимента должна быть направлена на удовлетворение потребности в здоровом питании за счет добавления полезных ингредиентов, снижения содержания сахара для соответствия тренду «Забота о себе».

2. Необходимо использовать экзотические фрукты, ягоды, специи и травы, которые помогут создать новые для потребителя вкусовые сочетания, что позволит удовлетворить их ожидания в получении новых впечатлений и опыта, согласно мега-тренду «Исцеляющий гедонизм».

3. Важным элементом стратегии развития ассортимента является введение разнообразных текстур и форм, что позволит предоставить потребителю еще больше выбора различных необычных и новых для него текстурных сочетаний.

4. Для краткосрочного увеличения продаж, усиления внимания к своим брендам компании должны использовать сезонные и локальные ингредиенты.

5. Учет экологических трендов в упаковке, производстве, доставке, и самом составе продукта помогут подчеркнуть приверженность устойчивому развитию, что важно в рамках тренда «Забота о планете».

6. Персонализация и предложение уникальных опций, которые помогут создать уникальный продукт, отвечающий ощущениям и эмоциям потребителя в конкретной ситуации, повысят лояльность потребителей, позволят дифференцироваться от конкурентов.

Все вышеприведенные рекомендации могут быть использованы производителями кондитерских изделий для создания продукта, который будет соответствовать ожиданиям потребителя. При этом важно учитывать региональные и культурные особенности при создании новых продуктов.

Литература

1. Тренды индустрии: кондитерские изделия: [Электронный ресурс] // Nielsen Consumer LLC. URL: <https://nielseniq.com/global/ru/insights/analysis/2023/trendy-industrii-konditerskie-izdeliya/>. (дата обращения: 10.07.2023 г.).

2. Вершинина, В. Д. Проблемы функционирования и развития кондитерского рынка / В. Д. Вершинина. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2017. — № 16 (150). — С. 251-253. — URL: <https://moluch.ru/archive/150/42628/> (дата обращения: 11.07.2023).

3. Смирнов С.Н. Влияние пандемии COVID-19 на потребительский рынок России : статистический анализ // Социальные новации и социальные науки. – 2020. - №2. – с. 149-159.

4. Иванова Д.С. От экономики к гедонике: гедонизм в потребительском поведении // Гуманитарные научные исследования. 2020. № 12 [Электронный ресурс]. URL: <https://human.snauka.ru/2020/12/36364> (дата обращения: 12.07.2023).

5. Big impact of little confectionary treats: [Электронный ресурс] // Innova Market Insights. URL: <https://www.innovamarketinsights.com/trends/big-impact-of-little-confectionery-treats/>. (дата обращения: 10.07.2023 г.).

6. Supporting mental health through food and drinks: [Электронный ресурс] // Mintel Group Ltd. URL: <https://www.mintel.com/food-and-drink-market-news/supporting-mental-health-through-food-and-drinks/>. (дата обращения: 11.07.2023 г.).

7. The functional chocolate company: [Электронный ресурс]. URL: <https://funcho.co/> (дата обращения: 12.07.2023 г.).
8. Тренд Feel Good: новый вызов для производителей хлебобулочных и кондитерских изделий // Хлебобудничные продукты. – 2022. – № 3. – С. 32-33.
9. Чурина, Р. М. Потребительские тренды на рынке кондитерских изделий / Р. М. Чурина // Хлебобудничные продукты. – 2022. – № 4. – С. 48-54.
10. Кирия, Е. Г. Современные тренды развития рынка кондитерских изделий / Е. Г. Кирия, А. А. Болдина // Научный вектор: сборник научных трудов. Том Выпуск 7. – Ростов-на-Дону : Ростовский государственный экономический университет "РИНХ", 2021. – С. 300-303.

References

1. Trendy industrii: konditerskie izdeliya: [Elektronnyj resurs] // Nielsen Consumer LLC. URL: <https://nielseniq.com/global/ru/insights/analysis/2023/trendy-industrii-konditerskie-izdeliya/>. (data obrashcheniya: 10.07.2023 g.).
2. Vershinina, V. D. Problemy funkcionirovaniya i razvitiya konditerskogo rynka / V. D. Vershinina. — Tekst : neposredstvennyj // Molodoj uchenyj. — 2017. — № 16 (150). — S. 251-253. — URL: <https://moluch.ru/archive/150/42628/> (data obrashcheniya: 11.07.2023).
3. Smirnov S.N. Vliyanie pandemii COVID-19 na potrebitel'skij rynek Rossii : statisticheskij analiz // Social'nye novacii i social'nye nauki. – 2020. - №2. – s. 149-159.
4. Ivanova D.S. Ot ekonomiki k gedonomike: gedonizm v potrebitel'skom povedenii // Gumanitarnye nauchnye issledovaniya. 2020. № 12 [Elektronnyj resurs]. URL: <https://human.snauka.ru/2020/12/36364> (data obrashcheniya: 12.07.2023).
5. Big impact of little confectionary treats: [Elektronnyj resurs] // Innova Market Insights. URL: <https://www.innovamarketinsights.com/trends/big-impact-of-little-confectionery-treats/>. (data obrashcheniya: 10.07.2023 g.).
6. Supporting mental health through food and drinks: [Elektronnyj resurs] // Mintel Group Ltd. URL: <https://www.mintel.com/food-and-drink-market-news/supporting-mental-health-through-food-and-drinks/>. (data obrashcheniya: 11.07.2023 g.).
7. The functional chocolate company: [Elektronnyj resurs]. URL: <https://funcho.co/> (data obrashcheniya: 12.07.2023 g.).
8. Trend Feel Good: novyj vyzov dlya proizvoditelej hlebobulochnyh i konditerskih izdelij // Hleboprodukty. – 2022. – № 3. – S. 32-33.
9. CHurina, R. M. Potrebitel'skie trendy na rynke konditerskih izdelij / R. M. CHurina // Hleboprodukty. – 2022. – № 4. – S. 48-54.
10. Kiriya, E. G. Sovremennye trendy razvitiya rynka konditerskih izdelij / E. G. Kiriya, A. A. Boldina // Nauchnyj vektor : sbornik nauchnyh trudov. Tom Vypusk 7. – Rostov-na-Donu : Rostovskij gosudarstvennyj ekonomicheskij universitet "RINH", 2021. – S. 300-303.

Поступила в редакцию 15 июля 2023 г.