

Экспресс-исследование по рынку хлебобулочных (ХБИ) и мучных- кондитерских изделий (МКИ)

Оглавление

1.....	ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ ПО РЫНКУ	3
1.1.....	Объем рынка по товарным группам, 2011-2015	3
1.2.....	Емкость рынка по ФО РФ, региональные тренды	5
1.3.....	Структура рынка, 2015	10
1.3.1.....	по крупнейшим игрокам	10
	Таблица 9. Виды холдингов, компаний хлебопекарной и мучной кондитерской промышленности, 2015г.	11
1.3.2.....	по видам кондитерских изделий	14
1.4	Основные тенденции в отрасли ХБИ и МКИ.....	15
2.....	АНАЛИЗ ПРЕДЛОЖЕНИЯ НА РЫНКЕ	19
2.1	Тенденции в основных сегментах производств	19
2.2.	Динамика количества производств	21
2.3.	Динамика уровня инвестиций	23
	Таблица 13. Объем инвестиций в основной капитал в хлебопекарной промышленности 2011 – 2013 гг. (данные Росстата).....	24
	Таблица 14. Инвестиции в развитие хлебопекарной промышленности в 2017 – 2020 гг., млн. руб.	24
2.4.	Распределение долей в сегментах производства.	25
2.5.	Объемы производства 2011-2015 и тенденции	26
2.5.1.	по видам продукции	26
2.5.2.	по видам МКИ.....	29
3.....	АНАЛИЗ ПОТРЕБЛЕНИЯ НА РЫНКЕ	31
	Объем потребления по товарным группам, 2011-2015	31
4.....	ВЫВОДЫ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ	34
4.1.....	Перспективы развития рынка	34
4.2.....	Выводы по исследованию	34

1. ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ ПО РЫНКУ

1.1. Объем рынка по товарным группам, 2011-2015

Таблица 1. Объемы производства хлеба и хлебобулочных изделий по отдельным группам, тыс. т.

Наименования ассортиментных групп	2011г., тыс.т	2012г., тыс.т	2013г., тыс.т	2014г., тыс.т	2015г., тыс.т
Хлеб и хлебобулочные изделия – всего	7255	7066	6965	6829	6815
Изделия хлебобулочные недлительного хранения	6816	6626	6513	6369	6325
	из них:				
из ржаной муки	322	293	266	270	285
из смеси ржаной и пшеничной муки различных сортов	2051	2052	2006	1913	1856
из пшеничной муки	3634	3398	3612	3511	3405
из пшеничной, ржаной муки и их смеси, прочие	37,1	41,3	49,4	56,6	58,9
сдобные неупакованные	138	130	120	121	123
сдобные упакованные	198	212	217	222	230
пироги открытые и закрытые, пирожки открытые и закрытые, пончики	48,8	47,4	53,9	58	59,9
Изделия хлебобулочные длительного хранения упакованные	91,7	89,5	103,0	102,0	107,0
	из них:				
из ржаной муки	12,5	10,2	9,3	7,4	7,2
из смеси ржаной и пшеничной муки различных сортов	6,7	8,3	10,9	16,2	18,5
из пшеничной муки	29,2	33,7	37,2	40,5	42,5
сдобные	7,3	5,8	6,8	6,2	6,3
пироги, пирожки, пончики	16,4	13,3	15,4	15,7	16,1
Изделия хлебобулочные пониженной влажности	231	235	236	240	254

	из них:				
изделия сухарные, гренки	99,3	102,0	107,0	110,0	115,0
хлебцы хрустящие выпеченные	7,0	7,5	6,8	7,9	8,0
изделия бараночные	106,0	106,0	95,4	93,1	92,5
соломка, палочки хлебные	5,2	5,4	4,2	4,0	3,9
Полуфабрикаты хлебобулочные	34,4	35,6	38,4	42,0	43,1
Хлеб и изделия хлебобулочные, прочие	116	115	114	118	128
из них: печенье сухое (галеты, крекеры)	101,0	99,3	93,7	95,6	95,7

- Объем производства хлеба и хлебобулочных изделий сокращается с каждым годом. В период с 2011-2015гг. уменьшился на 440 тыс. т. - 6,1%.
- Спрос на изделия недлительного хранения снижается за указанный период. Однако год от года темп замедляется (примерно 3% в 2012г. против 2% 2015г.).
- Спрос на изделия длительного хранения характеризуют спады и падения. Основная причина – покупательная способность населения, нестабильная экономическая ситуация в стране. Особенно заметно повышение спроса на изделия в 2012 и 2014 годах.
- Увеличение спроса на изделия-полуфабрикаты, которые выходят за рамки привычных заводских изделий. Сектор HoReCa начал активно использовать изделия данного вида в силу их удобства.

Таблица 2. Объемы производства мучных кондитерских изделий в отдельных сегментах в России в 2011-2015гг., тыс.т.

Наименования ассортиментных групп	2011г., тыс.т	2012г., тыс.т	2013г., тыс.т	2014г., тыс.т	2015г., тыс.т.
Мучные кондитерские изделия - всего	1465	1526	1553	1657	1720
из них:					
МКИ длительного хранения:					
вафли, печенье, пряники имбирные и аналогичные изделия	1131	1186	1210	1291	1343
из них:					

МКИ недлительного хранения:					
торты и пирожные	334	340	343	366	377
недлительного хранения					

Исходя из данных по объему производств, видно постепенное увеличение производства мучных кондитерских изделий. При этом в период с 2011-2014г. рост мучных кондитерских изделий длительного хранения составил 0,87%, в то время как МКИ недлительного хранения выросли на 0,91%. Несмотря на небольшое различие, в производстве МКИ, как и в ХБИ, прослеживается тенденция на свежую выпечку.

Необходимо отметить, что в январе-мае текущего года на рынке сохраняется наметившаяся тенденция уменьшения доли **мучных кондитерских изделий** недлительного хранения в общем объеме производства. Так, за первые пять месяцев 2016 года было произведено 143,1 тыс. тонн мучных кондитерских изделий, тортов и пирожных недлительного хранения, что на 3,3% меньше, чем за аналогичный период предыдущего года. За тот же период в России было выпущено 559,6 тыс. тонн вафель, пряников и печенья, что на 4,8% больше, чем в прошлом году.

В целом можно сказать, что спрос потребителей постепенно смещается от традиционных сушек, баранок и соломки в сторону более «современных» аналогов, а так же население не забывает радовать себя пирожками и сдобой.

Как ни странно, в России потребление хлеба составляет 55,2 кг/чел./г., а объем учтенного производства на душу населения составляет лишь 49,3 кг/чел/г. Не смотря даже на то, что данные не учитывают потребление хлеба вне дома и потребление хлеба мигрантами.

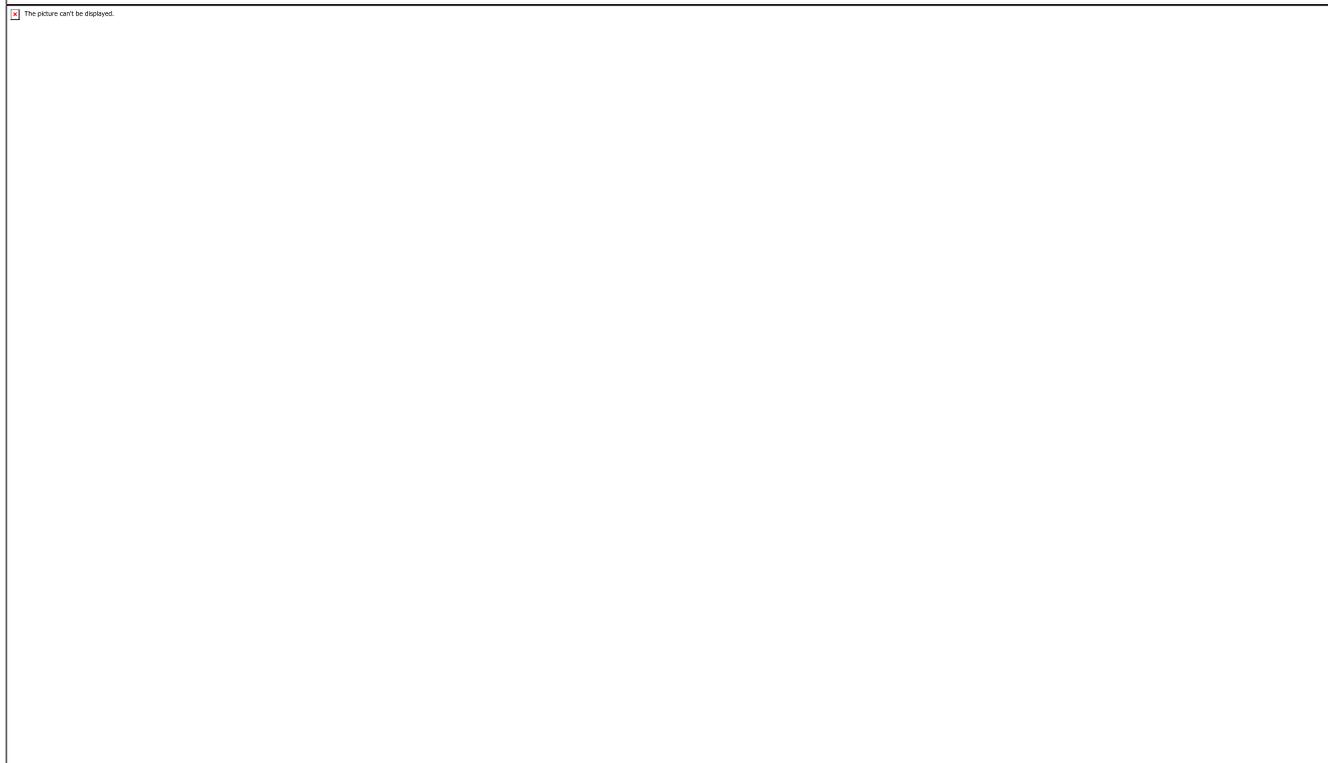
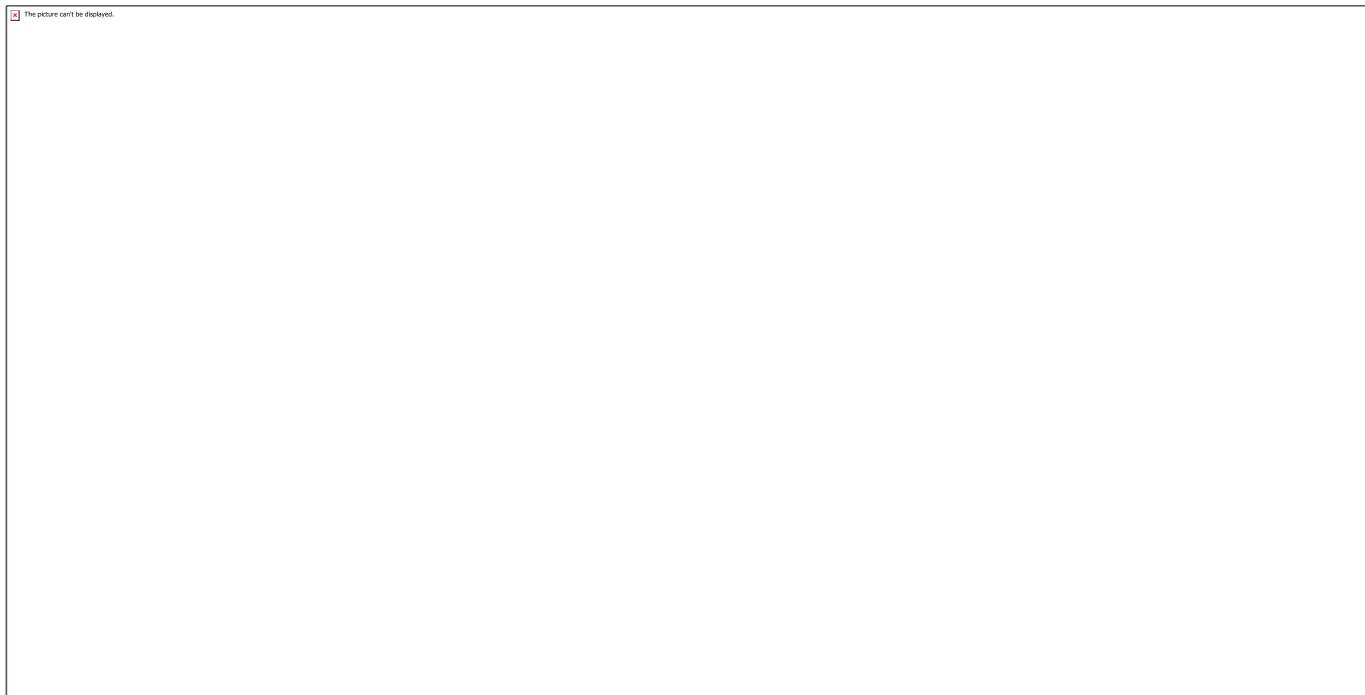
Стоит заметить, что такие категории изделий как:

- пироги открытые и закрытые
- пирожки открытые и закрытые
- пончики
- печенье сухое (галеты и крекеры)

относятся как к хлебобулочным изделиям (ХБИ), так и к мучным кондитерским изделиям (МКИ). Кроме того, ведется общий учет и **статистика замороженных изделий, без разделения на хлебобулочную и мучную кондитерскую сферы**. Данные обстоятельства снижают точность исследования.

1.2. Емкость рынка по ФО РФ, региональные тренды

Соотношение объема рынка ХБИ и МКИ по Федеральным округам изменилось за последние 5 лет. К 2015 году в состав России вошел Крымский федеральный округ. Так же представлены показатели по Северо-Кавказскому Федеральному округу, выделенному в январе 2010г. из Южного ФО.



Первое место по производству и потреблению ХБИ и МКИ занимает Центральный Федеральный округ, за ним следует Приволжский ФО. Северо-Западный регион отличается высоким уровнем цен на муку, что повышает стоимость хлеба, ХБИ и МКИ.

The picture can't be displayed.

Стоит отметить, что увеличение объема рынков напрямую связана с тенденцией развития производства **нетрадиционной** хлебобулочной продукции практически во всех регионах России. Это еще раз подтверждает увеличение потребительского спроса на данный вид продукции. Так, в Центральном федеральном округе производство данных изделий за последние пять лет выросло на 63%, также активный рост можно отметить в Сибирском Федеральном округе.

Ведущую роль в хлебопекарном комплексе РФ традиционно занимает Центральный Федеральный округ и его регионов: Москва с долей 6,7% совокупного объема выпуска, Московская область с 5,4%, а также Краснодарский край с 4,6%. Наиболее осязаемое снижение объемов производства в 2014 году ощущалось в Краснодарском крае – на 5,1% в сравнении с 2013 годом, увеличение объемов выпуска отмечалось в Ростовской области – на 3,7%.

The picture can't be displayed.

В 2014 г., по данным Росстата, продажи хлеба и хлебобулочных изделий в РФ составили в 569 млрд.руб., продажи ЦФО – 162 млрд.руб. (29% рынка РФ). Среднегодовой прирост розничного рынка по РФ составил 11%, тогда как в ЦФО этот прирост находится на уровне 13%.

**Таблица 7. Рынок хлеба и хлебобулочных изделий РФ и ЦФО
(в текущих ценах) млрд.руб**

	2011г.	2012г.	2013г.	2014г.	2015г.	среднегодовой темп прироста
Российская Федерация	436,1	469,6	533,7	569,1	631,7	11%
Центральный федеральный округ	117,2	131,3	151,1	162,2	183,3	13%
Белгородская область	3,9	4,4	5,8	6,3	7,1	13%
Брянская область	4,5	4,7	5,5	6,1	6,8	11%
Владимирская область	5,1	6,1	7,4	7,9	9,2	17%
Воронежская область	7,1	10,6	10,9	11,4	13,6	19%
Ивановская область	1,9	2,4	3,0	3,1	3,8	23%
Калужская область	1,9	2,0	2,6	2,8	3,4	21%

Костромская область	1,9	1,9	1,8	1,9	2,0	6%
Курская область	3,6	4,1	4,6	5,1	5,8	14%
Липецкая область	3,6	4,1	4,7	5,1	5,9	16%
Московская область	18,5	19,2	21,8	23,5	25,9	10%
Орловская область	1,9	2,3	2,7	3,1	3,7	18%
Рязанская область	3,1	3,5	4,2	4,4	5,2	19%
Смоленская область	3,0	3,2	3,9	4,1	4,6	12%
Тамбовская область	1,7	1,9	2,3	2,6	3,0	14%
Тверская область	4,0	4,5	5,0	5,6	6,4	15%
Тульская область	3,7	4,0	4,6	5,0	5,6	11%
Ярославская область	2,4	2,6	3,1	3,1	3,3	6%
г.Москва	45,5	49,7	57,2	61,1	67,8	11%

На сегодняшний момент Московская область не сдает своих позиций и остается лидером по объемам производства хлеба, ХБИ и мучных кондитерских изделий.

Таблица 8. Объемы производства кондитерских изделий в России. 2014-2015гг., тыс.т.

	2014г.	2015г.
Российская Федерация	3163,4	3167,5
Центральный Федеральный округ	1288,7	1235,1
Белгородская область	109,1	102,3
Брянская область	29,8	26,4
Владимирская область	112,6	116,3
Воронежская область	56,5	72,1
Ивановская область	14,5	16,1
Калужская область	14,4	17,1
Костромская область	9,3	7,9
Курская область	90,1	84,1
Липецкая область	95,5	58,1
Московская область	384,6	359,2
Орловская область	4,6	5,6
Рязанская область	49,9	45,5
Смоленская область	10,5	9,8
Тамбовская область	25,6	24,9
Тверская область	19,8	20,6
Тульская область	35,9	34,5
Ярославская область	7,1	7,9
г.Москва	218,6	226,5

1.3. Структура рынка, 2015

1.3.1. по крупнейшим игрокам

По данным на 2015г. в России работает около 10 000 производителей хлеба и хлебобулочных изделий. Наиболее крупными из них являются:

1. «Каравай» с совокупным объемом выручки 6 256 млн руб.
2. «Атрус» - 3 831 млн руб.
3. КБК «Черемушки» - 3 532 млн руб.
4. «Первый хлебокомбинат» - 3 287 млн руб.
5. БКК «Коломенский» - 2 576 млн руб.
6. «Волжский пекарь» - 2 274 млн руб.
7. «Челны-Хлеб» - 1 791 млн руб.
8. «Фабрика-Кухня» - 1 784 млн руб.
9. «Щелковохлеб» - 1 769 млн руб.
10. «Покровский хлеб» - 1 754 млн руб.

Лидеры рынка ХБИ располагаются в г.Москве и Московской области:

- кондитерско-булочный комбинат «Черемушки»
- булочно-кондитерский комбинат «Коломенский»
- торгово-производственная компания «Щелковохлеб»

Данный факт можно объяснить большой численностью населения столицы, что в свою очередь, порождает большой объем рынка и спроса на хлеб и продукцию из хлеба.

Поскольку крупные заводы ориентированы на производство «социального» хлеба и мучных кондитерских изделий, доступных большинству граждан, рентабельность таких компаний невысокая. Такие предприятия нуждаются в притоке дополнительных средств для модернизации оборудования и расширения ассортимента. Данная задача является одной из причин объединения нескольких крупных компаний в холдинги и конгломераты.

Сфера объединения объектов расширяется. Так, созданы конгломераты, в состав которых входят хлебопекарные предприятия, мелькомбинаты, элеваторы, комбинаты и предприятия, осуществляющие другие виды деятельности.

Из рассмотрения состава холдингов различного типа видно, что количество включаемых предприятий большое (до 10 – 22), радиус их территориального расположения обширный (разные города, области, края, республики).

Таблица 9. Виды холдингов, компаний хлебопекарной и мучной кондитерской промышленности, 2015г.

№	Компания, холдинг	Состав компании, холдинга	Специализация компании, холдинга
Горизонтально диверсифицированные холдинги			
1	<p>Финская группа ПАО "Фацер" (Fazer)</p> <p>1981 год, в России с 1997 года, 3700 человек</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Производственная площадка «Василеостровская», г. Санкт-Петербург»; • Производственная площадка «Звездный», г. Москва; • Производственная площадка «Нева», г. Санкт – Петербург; • ОАО «Фацер» (кондитерское производство), г. Санкт - Петербург. 	<p>Производство хлебобулочной и кондитерской продукции, а также шоколада и конфет и FazerFoodServices - организация питания.</p>
2	<p>Группа компаний «Черемушки»</p> <p>1973 год, около 5 000 человек</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ОАО «КБК «Черемушки», г. Москва; • ОАО «КБК «Простор», г. Москва; • ОАО «Хлебозавод №6», г. Москва»; • ЗАО «Алго», г. Москва; • ОАО «Пекарь», г. Санкт – Петербург; • ЗАО Торговый дом «Слали», г. Москва. 	<p>Производство:</p> <ul style="list-style-type: none"> - мучных кондитерских изделий длительного хранения, включающие упакованные торты и выпечку (сдобные рулеты, пироги, кексы и т.д.); - хлеба и хлебобулочных изделий; - замороженных мучных изделий и теста; - кремовых тортов.
3	<p>ООО «Группа компаний «Дарница»</p> <p>2011 год</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ООО ГК «Дарница», • ЗАО «Охтинское», • ООО «Первое хлебопекарное объединение», • ОАО «Сестрорецкий хлебозавод», • ОАО «Хлебокомбинат ЛАНА», г. Санкт - Петербург и Ленинградская область. 	<p>Производство хлеба и батонов, выпечка сдобы и кондитерских изделий.</p>

Вертикально диверсифицированные холдинги

4	<p>ООО Группа компаний «Грейн Холдинг»</p> <p>1997 год, более 2000 человек</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ОАО «Подольский хлебокомбинат», г. Подольск; • ОАО «Рязаньхлеб», г. Рязань; • ОАО «Экспохлеб», г. Москва • ОАО «Касимовхлеб», г. Касимов; • ООО ТД «Подольский хлеб», г. Подольск; • ООО «Пекарь», г. Москва; • ОАО «Русский хлеб», г. Кострома; • ООО ТД «Русский хлеб», г. Кострома; • ОАО «Рязаньзернопродукт», г. Рязань; • «Обособленноподразделение Рязаньзернопродукт» (Нижнемальцевский элеватор); • ОАО «Изобильныйхлебопродукт», г. Изобильный. 	<p>Производство хлебобулочных изделий, а также заготовка и хранение зерна, производство муки и круп.</p> <p>Торговый дивизион.</p>
5	<p>ОАО «Сибирская хлебная корпорация»</p> <p>1991 год, более 5000 человек</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ОАО «Хлебообъединение «Восход», г.Новосибирск; • Хлебокондитерский комбинат «Русич», г.Новосибирск; • ЗАО «Восход-Бейкер», г.Новосибирск; • ОАО «Уфимское хлебообъединение «Восход», г. Уфа; • ОАО«Купинский элеватор», г. Купино; • Новосибирская Ассоциация хлебопекарных предприятий; • ООО «Восход-Столица» ,г. Мытищи. 	<p>Производство хлебобулочных изделий, замороженных полуфабрикатов, мучных кондитерских изделий, продуктов быстрого питания, тортов и пирожных, хранение зерна.</p>
6	<p>Сибирский аграрный холдинг «САХО»</p> <p>2000 год, более 7000 человек</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Сельхозпредприятия в Ростовской, Тульской, Ульяновской, Новосибирской областях и в Алтайском крае. • Продукцию под торговой маркой «Хлебница» выпускают три хлебозавода в Омске и Омской области, Звенигородский хлебокомбинат (Московская область), восемь хлебозаводов в Новосибирске и районных центрах области, два хлебозавода в Саратовской области, хлебозаводы в Алтайском крае, Республике Татарстан и Чувашской республике. 	<p>Производство хлеба, заготовка и хранение зерна.</p>

Конгломераты			
7	<p>АПК «Стойленская Нива»</p> <p>2000 год, более 11000 человек</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Хлебопекарный дивизион – производство хлеба, хлебобулочных и кондитерских изделий (14 предприятий); • Дивизион переработки зернового сырья – хранение зерна, производство муки и комбикормов (5 предприятия); • Вспомогательные предприятия: гостиница «Стойлянка»; Свинокомплекс ЗАО «9-я Пятилетка». 	<p>Переработка зернового сырья и хлебопекарный дивизион. Холдинг владеет гостиницей и свинокомплексом.</p>
8	<p>АПК «ОГО»</p> <p>1988 год</p>	<p>Субхолдинг хлебобулочные изделия представлены такими предприятиями:</p> <ul style="list-style-type: none"> • «Тульский хлебокомбинат», г. Тула, • «Славянский хлеб», г. Москва, • «Алексинский хлебокомбинат», г. Алексин и др.; <p>Субхолдинг мука/комбикорма представлен такими предприятиями:</p> <ul style="list-style-type: none"> • «Вологодский комбинат», г. Вологда, • «Шадринский комбинат хлебопродуктов», г. Шардинск, • «Новосибирский мелькомбинат», г. Новосибирск и др.; <p>Птицеводческое направление:</p> <ul style="list-style-type: none"> • «Шекснинский бройлер», Вологодская обл., • «Череповецкий бройлер», г. Климовск и др. 	<p>Производство муки и комбикормов, хлебобулочных и кондитерских изделий, птицеводство.</p>
9	<p>ООО «Зерновая компания «Настюша»</p> <p>1992 год</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ОАО «Мельничный комбинат в Сокольниках», г. Москва; • ОАО «Московский комбинат хлебопродуктов», г. Москва; • ОАО «Москворечье», г. Москва; • ЗАО «Балашихахлеб», г. Балашиха; • ОАО «Сергиево-Посадский хлебокомбинат», г. Сергиев Посад • ОАО «Яуза-Хлеб», г. Москва; • ОАО «Золоторожский хлеб», г. Москва; • ОАО «Черкизово», г. Москва; • ЗАО «Хлебозавод №18», г. Москва; • ЗАО «Пеко», г. Москва; • Строительство микрорайона «Царицино». 	<p>Сельхоз. производство (Казахстан);</p> <ul style="list-style-type: none"> - хранение и переработка зерна; - производство продуктов питания; - строительство микрорайона «Царицино».

10	ЗАО «Русская продовольственная компания» 1994 год	<ul style="list-style-type: none"> • «Хлебозавод №1», г.Воронеж; • «Хлебозавод №2», г.Воронеж; • «Тобус», г.Воронеж и др.; • ОАО «Воронежская хлебная база», г.Воронеж; • ОАО «Воронежский экспериментальный комбикормовый завод», г.Воронеж; • ОАО «Лискихлеб», г.Лиски; • ООО ЧОП «Вектор-Агро-1», г.Воронеж; • ОАО «Бутурлиновкахлеб», г. Бутурлиновка. 	Производство хлебобулочных и кондитерских изделий; переработка зерна; производство комбикормов.
----	--	--	---

Можно выделить генеральную линию вхождения хлебопекарных предприятий в различные интегрированные формирования: хлебопекарные предприятия, имеющие низкую рентабельность, получают реальные условия для увеличения производственного потенциала за счет дополнительного притока инвестиций и как результат - переход на инновационный путь развития через модернизацию, обеспечивая тем самым достижение мирового уровня.

Лидерами рынка замороженных изделий на 2013-2014 года являются:

1. «Лантманнен Юнибэйк» (Московская обл.)

Является поставщиком хлебобулочных изделий для сетей «Ростикс-KFC» и McDonald's. Производственная площадка мощностью более 10 тысяч тонн в год – 30-40 тонн в сутки – находится в г. Егорьевске, Московской области. Рентабельность 14,4% на 2014г.

2. Объединение «Восход» (г. Новосибирск)

Входит в состав ПАО «Сибирская хлебная корпорация» (имеет 3 производственные площадки - в Центральном, Сибирском и Приволжском федеральных округах). Рентабельность 3,1% на 2013г.

3. «International Bakery Corporation» («Русь-Бейкери», респ. МарийЭл)

Весь ассортимент компании составляют частично выпеченные изделия. Имеет несколько производственных предприятий, а поставляет продукцию более чем в 30 регионов России. Рентабельность 0,7% на 2014г.

1.3.2. по видам кондитерских изделий

Развитие рынка кондитерских изделий в целом, по мнению экспертов, сдерживает острая нехватка высокопрофессиональных кондитеров. При этом особенно активное развитие наблюдается в секторе тортов с длительным сроком хранения, так как эти продукты

являются более дешевыми, их выгодно производить в связи с более низкими рисками, по сравнению с производством кондитерских изделий с натуральными компонентами.

На российском рынке кондитерских изделий лидируют производители, способные чутко реагировать на изменения вкусов потребителей. При этом стоит отметить, что в столице и крупных городах из всей кондитерской продукции чаще приобретаются торты, а в малых городах и сельских населенных пунктах предпочтение отдается печенье, пряникам и сушкам.

В последние годы российский рынок тортов радует покупателей разнообразным ассортиментом, постоянными новинками, выпускаемыми как мелкими региональными, так и крупными отечественными производителями. Что касается столичного рынка, то здесь отмечается насыщенность и жесткая конкуренция. Стремясь удовлетворять запросы потребителей и отличаться от конкурентов, производители активно предлагают оригинальные решения. Потребительский спрос в крупных городах постепенно перемещается от традиционных бисквитных тортов к новым – низкокалорийным тортам с натуральными компонентами. В крупных городах в последние несколько лет отмечен спрос на торты класса «премиум».

Крупными игроками на рынке МКИ можно назвать:

1. «Большевик» (Danone) (упор на сладкое печенье, вафели и вафельные торты)
2. Группа «Красный октябрь» с долей рынка в 10%
3. «Крекер» (специализация на сухом печенье)
4. «Рот-Фронт» (производство больших объемов вафель)

Лидерами рынка МКИ недлительного хранения на 2014г. (в основном торты и пирожные) являются:

1. «Каравай» (г. Санкт-Петербург), рентабельность 5,8% на 2014г.
2. «КБК Черемушки» (г.Москва), рентабельность 3,8% на 2014г.
3. «Универсал» (г.Тверь), рентабельность 4,5% на 2014г.

1.4 Основные тенденции в отрасли ХБИ и МКИ

Спрос на хлеб, ХБИ и МКИ напрямую зависит от уровня доходов населения

Анализ хлебного рынка показывает его ежегодную нестабильность за последние 6 лет. Самые резкие колебания приходятся на продукцию «премиум»-класса и различные «нетрадиционные» изделия (хлебцы, слойки, круассаны и др.): (2012 г. – резкий спад, 2013 г. – подъем, 2014 г. снова спад).

Если рассматривать отрасль хлебного производства в долгосрочной перспективе, то можно говорить о постепенном стабильном спаде. Объемы выпуска хлебобулочных изделий в целом за последние 10 лет снизились на 1,4 млн т (17,5%): если в 2005 году производилось 8 млн т. продукции в год, то в 2015 году этот показатель равен 6,6 млн т.

Данные показатели вызваны макроэкономическими показателями, в частности, падением рубля в 2014 году. На протяжении последних трех лет в России наблюдается как спад, так и подъем производства хлеба и хлебобулочных изделий.

В 2014 году производство хлеба и хлебобулочных изделий по итогам года показало снижение на -0,7% и составило 6 665 тыс. тонн.

В 2015 году в России было произведено 6 728 тыс. тонн хлеба и хлебобулочных изделий, что на 1% выше объема производства предыдущего года. Таким образом, за три года в натуральном выражении объёмы снизились на 163 тыс. тонн.

Объёмы производства продукции данного рынка в июне 2016 года уменьшилось на 3,2% к уровню июня прошлого года и составили 550 863 тонн.

Поскольку спрос на различные сегменты ХБИ и МКИ зависит от покупательной способности населения, очевидно, что в условиях кризиса люди стараются экономить и покупают заводской хлеб, не отличающийся особым качеством. Когда же покупательная способность увеличивается, домохозяйства начинают вносить разнообразие в ежедневный рацион, покупать больше мяса, рыбы, овощей, а это закономерным образом отражается на сокращении производства хлеба. В данном случае увеличивается спрос на категорию «премиум»-класса, торты и прочие кондитерские изделия.

Объем розничного рынка продаж хлебобулочных изделий составил в 2015 г. 567,2 млрд. руб. По этому показателю данная отрасль занимает 6-е место среди продовольственных товаров после алкогольных напитков, мясных продуктов, кондитерских изделий и молочных продуктов.

**Замороженные
изделия –
двигатель
рынка
ХБИ и МКИ**

**Тренд на здоровый
образ жизни,
правильное,
спортивное
питание,
низкокалорийные и
натуральные
ингредиенты**

По прогнозам «Лантманнен Юнибэйк», хлебопекарной компании, поставляющей ХБИ для сетей «Ростикс-KFC» и McDonald's, спрос на массовое производство хлеба останется на прежнем уровне, а двигателем рынка станут специальные виды ХБИ.

Все хлебобулочные изделия, изготавливаемые в России, можно разделить на два больших сегмента – традиционные и нетрадиционные.

К традиционным относится дешевая продукция, известная еще с советских времен, к нетрадиционным – изделия, изготовленные по оригинальным рецептурам, национальные сорта хлеба, продукция функционального и профилактического назначения.

Доля производства **традиционных изделий недлительного срока хранения** в целом в России **составляет более 90%** от всего ассортимента выпускаемой хлебобулочной продукции. Однако категория нетрадиционных хлебобулочных изделий динамично развивается. В частности, в 2015 году **производство традиционных сортов увеличилось на 1,3%, а нетрадиционных – на 7%.**

Одной из причин того, что в последние годы производство хлебобулочных изделий традиционным способом сокращается, является всеобщий тренд на здоровый образ жизни.

Если говорить о среднестатистическом потреблении, то данный показатель в отношении традиционных сортов хлеба падает во всех регионах нашей страны: в среднем 50 кг на человека в год (2010г.) и 46 кг (2015г.).

Популярность же нетрадиционных сортов хлеба, наоборот, устойчиво растет – 700 г (2010г.) и 1 кг (2015г.).

Традиционные хлебобулочные изделия не отличаются длительными сроками хранения, поэтому производители все чаще совершенствуют рецептуру своей продукции.

За период с 2011 по 2015 год:

- на 6,2% увеличилось производство хлеба длительного хранения
- на 46% выросло производство хлебобулочных полуфабрикатов

Данные показатели связаны с увеличением потребления свежеспекаемой продукции, которая производится сетями и, как правило, изготавливается из замороженных заготовок. Можно уверенно сказать, что производство данных категорий хлебобулочной продукции в России и дальше будет расти.

С другой стороны, несмотря на активное развитие новых технологий и разнообразие рецептур хлебобулочных и мучных кондитерских изделий, развитие отрасли сдерживается самими потребителями.

Поскольку хлеб входит в минимальную потребительскую корзину россиян и занимает важное место в ежедневном рационе, большая часть населения просто не готово платить дорого за продукт. По-мнению большинства, самые необходимые вещи должны быть дешевыми и их производство должно регулироваться государством (что так и есть для заводских изделий). Так, хлеб представляется как обычный способ насыщения, а не удовлетворения более высоких вкусовых потребностей.

Курс на импортозамещение

Опираясь на финансовые показатели 2014-2015 годов, можно утверждать, что в натуральном выражении производство ХБИ и МКИ падает, а в денежном – растет. Главными причинами являются постоянная инфляция и макроэкономическая ситуация страны.

Стоит обратить внимание на зависимость цен на конечную продукцию от стоимости зерна. Если несколько лет назад хлеб дорожал пропорционально росту цен на зерно и муку, то сегодня стоимость хлеба увеличилась на 5% притом, что пшеница 3-го класса и мука подешевели на 4%.

Это говорит о том, что рынок хлеба зависит от импорта. Для изготовления хлебобулочных изделий используются произведенные за рубежом ингредиенты, цена которых в связи с произошедшей в конце 2014 года девальвацией рубля сильно выросла. При этом у потребителей все большим спросом пользуются изделия с функциональными добавками, витаминами и злаками, а их производство невозможно без зарубежного сырья.

Можно предположить, что в такой ситуации российские представители бизнеса задумаются о развитии собственного производства ингредиентов, которые смогут заменить импортные.

На данный момент главными импортерами замороженных изделий являются:

- Франция (33,6% от всего объема импорта)
- Германия (27,3%)
- Бельгия (22,2%)
- Россия и другие страны (16,9%)

При этом объем импорта с учетом санкций сократилась с 16-20% до 1-2%.

По мучным кондитерским изделиям сотрудничество с Украиной и Польшей практически прекратилось. Развитие получили торговые отношения с Казахстаном и Беларусью и странами центрально-азиатского региона. В этих странах отмечают схожие с российской модели потребления кондитерской продукции. К примеру, происходит сокращение потребления быстро дорожающего шоколада и переход на некоторые виды мучных кондитерских изделий. К тому же дорожают мучные кондитерские изделия значительно медленнее других категорий так как, на себестоимость их производства девальвация оказывает не столь сильное влияние как, например, на себестоимость производства шоколадных изделий.

2. АНАЛИЗ ПРЕДЛОЖЕНИЯ НА РЫНКЕ

2.1 Тенденции в основных сегментах производств

- **производства крупные (индустриальные)**

Специфическая особенность хлебной отрасли состоит в крайне небольшом количестве вертикально интегрированных холдингов. При этом число предприятий данной структуры активно растет в мясной, овощной и молочной отраслях. Однако можно предположить, что в ближайшее время – до 2020 года – производители хлебобулочных изделий начнут создавать агрохолдинги в зернопроизводящих регионах. Это позволит предприятиям значительно снизить логистические расходы и получить независимость от колебаний стоимости сырья.

- **хлебозаводы и кондитерские фабрики, цеха, пекарни**

Конкуренция между производителями достаточно жесткая, количество предприятий хлебопечения высокое. Выдержать ее давление предприятиям помогает снижение издержек, благодаря использованию дешевых ингредиентов, снижающих качество хлебопекарной продукции. 89,2% от общего количества предприятий составляют малые предприятия.

На рынке с избытком представлены производители как свежих отечественных ХБИ и МКИ, так и замороженных отечественных и импортных торговых марок. Порядка 80% выпекаемого хлеба в России производится на крупных специализированных хлебокомбинатах. Поэтому большую часть рынка по-прежнему занимают хлебобулочные и мучные кондитерские изделия недлительного хранения. К примеру, торты со сроком хранения до 3 суток выпускают практически все столичные хлебозаводы (в Москве их около 15) и многочисленные кондитерские цеха. Стоит отметить, что, несмотря на большую конкуренцию, компаний, занимающих больше 5% рынка в целом, нет.

- **собственные производства в продуктовых сетях**

Сегодня доля, приходящаяся на этот сегмент, фактически постоянна. Самый быстро развивающийся сегмент в российском хлебопечении в последнее десятилетие – это пекарни в местах продаж (особенно в сетевом ритейле), прирост объемов которых составляет 0,5–1% ежегодно. По данным Росстата, в России функционирует около 1000 индустриальных хлебопекарных предприятий, однако около 0,2% из них ежегодно признаются банкротами.

Снижение темпов роста и увеличение цен на ингредиенты замороженного хлеба за последние два года заставляет ритейлеров переключаться с использования полуфабрикатов на запуск производств полного цикла.

Однако это может быть выгодно только в краткосрочной перспективе. В долгосрочной перспективе ритейлеру выгоднее допекать замороженный полуфабрикат, чем заниматься самостоятельным производством из-за нехватки производственного оборудования для соблюдения параметров температуры и влажности (что обеспечивает стабильность рецептуры). Удачных примеров крайне мало.

- **производства в HoReCa (кофейни, гостиницы, рестораны)**

Преимущество малого бизнеса состоит в том, что небольшие компании с собственной пекарней способны моментально реагировать на изменение спроса, экспериментировать с рецептурой и постоянно обновлять ассортимент. Безусловно, такие компании существенно зависят от сезонного спроса, притока клиентов.

Несмотря на то, что выжить малому бизнесу крайне тяжело при давлении больших игроков и отсутствии больших мощностей, компании надеются занять позицию локального лидера на ближайшей территории. При сокращении спроса на традиционную выпечку и увеличении потребности в продуктах «премиум» класса, диабетических и этнических изделий, увеличивается количество малых производств. Преимущественно срок жизни таких предприятий насчитывает от 1-3 лет.

На данный момент компании сегмента HoReCa специализируются на допекании замороженных изделий. Такие производства имеют долю в 10% от общего сбыта замороженных мучных изделий. Крупнейшие игроки рынка рассчитывают на дальнейший рост доли HoReCa в структуре продаж. Также предоставляют МКИ недлительного хранения (5% от общего объема сбыта).

Развитие данного сегмента объясняется и тем, что ритейл, предоставляя в основном продукцию низкого и среднего классов, восприимчив к цене, а замороженные изделия, предлагаемые в кофейнях и ресторанах, – «премиум»-класса.

Учитывая растущий интерес населения к продуктам с добавочной ценностью, рестораторы включают в меню хлеба, обогащенные пищевыми волокнами, а также диетическую выпечку с пониженным содержанием сахара, соли и жиров. На запросы рынка откликаются и поставщики, которые расширяют ассортимент за счет таких позиций.

За последний год заметно вырос спрос со стороны рестораторов на мексиканские лепешки – тортильи. Как и весь сэндвичный хлеб, готовые пшеничные лепешки на рынок фудсервиса поставляют в замороженном виде. Основные потребители такой продукции – операторы фастфуда, которые используют их для приготовления популярных сегодня сэндвичей-роллов.

Стоит отметить крупнейшего импортера зарубежных **кондитерских изделий** - американская компания «Love Quiches Desserts». Она обеспечивает замороженными тортами и пирожными практически все ведущие сетевые магазины, сегменты ритейл и

HoReCa. При этом на долю отечественных производителей приходится только 40% производства в данном сегменте. Реализация замороженных кондитерских изделий идет преимущественно через HoReCa и ритейл.

Чтобы исправить сложившуюся ситуацию ведущие отечественные фабрики намерены увеличить объемы своего производства и провести активную маркетинговую кампанию по продвижению своей продукции в ближайшие 2 года.

2.2. Динамика количества производств

На данный момент рынок хлеба и мучной кондитерской продукции представлен большим количеством мелких и средних игроков – 89,2%. Доминирующую роль еще с советского периода продолжают играть хлебозаводы, на их долю приходится около 80-90% всей выпекаемой продукции. В сложившихся рыночных условиях у крупных комбинатов выше рентабельность и шансы сохранить рецепты традиционного хлебопечения.

В целом компании по производству хлеба имеют достаточно низкий уровень рентабельности. Макроэкономические последствия 2014 года приводят к банкротству небольших производителей, находящихся на пороге рентабельности.

В тоже время количество убыточных предприятий сокращается за последние 5 лет. Отчасти это связано с банкротством наиболее убыточных компаний, отчасти с переориентацией производств на более «современные» и востребованные сектора продукции. Кроме того, создавая производственные объединения, группы предприятий и холдинги, крупные компании перераспределяют производственные мощности и находят финансовую поддержку.

**Таблица 10. Количество убыточных предприятий
ХБИ и МКИ, 2011-2015гг.**

	2011г.	2012г.	2013г.	2014г.	2015г.
Производство хлеба и мучных кондитерских изделий недлительного хранения	159	142	132	121	113
Производство хлеба, сухих хлебобулочных и мучных кондитерских изделий (длительного хранения)	-	162	150	141	134

Количество прибыльных предприятий увеличивается в основном за счет Северо-Западного, Приволжского и Сибирского федеральных округов.

**Таблица 11. Количество прибыльных предприятий
ХБИ и МКИ по ФО, 2011-2014гг.**

		2011	2012	2013	2014
		на 1	на 1	на 1	на 1
		декабря	декабря	декабря	января
Производство хлеба и мучных кондитерских изделий недлительного хранения	Российская Федерация	459	442	502	509
	Центральный федеральный округ	138	140	142	142
	Московская область	29	31	28	28
	г.Москва	17	16	14	14
	Северо-Западный федеральный округ	56	54	62	65
	Южный федеральный округ	57	48	61	63
	Северо-Кавказский федеральный округ	14	14	15	16
	Приволжский федеральный округ	113	106	134	134
	Уральский федеральный округ	26	23	20	22
	Сибирский федеральный округ	33	38	44	42
	Дальневосточный федеральный округ	22	19	24	25
Производство хлеба, сухих хлебобулочных и мучных кондитерских изделий (длительного хранения)	Российская Федерация	-	504	572	577
	Центральный федеральный округ	-	158	162	162
	Московская область	-	35	33	33
	г.Москва	-	17	15	15
	Северо-Западный федеральный округ	-	61	69	72
	Южный федеральный округ	-	58	71	73
	Северо-Кавказский федеральный округ	-	16	16	17
	Приволжский федеральный округ	-	119	153	151
	Уральский федеральный округ	-	27	25	27
	Сибирский федеральный округ	-	46	52	50
	Дальневосточный федеральный округ	-	19	24	25

Количество средне-прибыльных предприятий неуклонно сокращается. Часть из них переходит в категорию прибыльных организаций. Другие же компании, являющиеся представителями малого бизнеса, не выдерживают конкуренции, быстро становясь банкротами.

**Таблица 12. Количество средних предприятий
ХБИ м МКИ, 2011-2015гг.**

	2011г.	2012г.	2013г.	2014г.	2015г.
Производство хлеба и мучных кондитерских изделий недлительного хранения	209	187	174	161	150
Производство хлеба, сухих хлебобулочных и мучных кондитерских изделий (длительного хранения)	-	216	201	187	180

Несмотря на преобладание отечественной продукции, степень концентрации российского рынка **замороженных хлебобулочных изделий** остается низкой. Подобная ситуация характерна для рынков с большой потенциальной емкостью.

Объемы отечественного производства замороженных изделий в ближайшие несколько лет будут увеличиваться, очевиден и рост числа производителей. На рынок будут выходить хлебозаводы, расширяющие ассортимент за счет новой продукции. Вероятно, производство замороженных хлебных полуфабрикатов для снабжения собственных торговых точек запустят крупные сетевые операторы – такие, как «Кофе хауз» и «Азбука вкуса».

2.3. Динамика уровня инвестиций

Концептуальной проблемой развития хлебопекарной промышленности является осуществление модернизации на инновационной основе как условие, позволяющее решить острейшую проблему достижения мирового уровня, организации производства обеспечить население высококачественными хлебобулочными изделиями, полезными для здоровья.

В силу тяжелой экономической ситуации 2014 года наблюдается замедление инвестиционных вложений в техническое переоснащение предприятий. Падение продаж импортного оборудования в 2015 г. составило почти 40%.

Объем инвестиций всего в производстве хлебобулочных и мучных кондитерских изделий равен 11 016 млн. руб. на 2015г.

В том числе в производстве хлебобулочных и мучных кондитерских изделий недлительного хранения объем инвестиций составляет 6 658,5 млн. руб. (60,4% от общего объема).

До падения рубля наблюдался как рост, так и спад инвестиций в производство ХБИ и МКИ.

Таблица 13. Объем инвестиций в основной капитал в хлебопекарной промышленности 2011 – 2013 гг. (данные Росстата)

Показатели/года	2011г.	2012г.	2013г.	2014г.	2015г.
Объем инвестиций всего в производстве хлебобулочных и мучных кондитерских изделий, млн.	11628	9950	13717	10800	11016
в том числе в производстве хлебобулочных и мучных кондитерских изделий недлительного хранения объем инвестиций, млн. руб.	6658	6240	7690	6415	6656

По мнению Косована А.П.: «Развитие хлебопекарной промышленности должно опираться на инновации, дающие российским предприятиям конкурентные преимущества. Отрасль остро нуждается в развитии науки, внедрении научно-технических достижений, разработок машиностроения, современном менеджменте». Согласно стратегии развития пищевой и перерабатывающей промышленности Российской Федерации на период до 2020 года инвестиции составят 14 376 млн. руб.

Таблица 14. Инвестиции в развитие хлебопекарной промышленности в 2017 – 2020 гг., млн. руб.

Показатели/года	2017г.	2018г.	2019г.	2020г.
Инвестиции- всего	12672	13128	14328	14376
в т. ч. собственные	5069	5251	5731	5751
заемные	7603	7877	8597	8625

Износ оборудования на предприятиях хлебопекарной промышленности достигает 60%, количество технологических операций, выполняемых с участием рук человека в пищевых и перерабатывающих отраслях АПК России около 50%, энергозатраты на выработку 1т продуктов питания на предприятиях России в 1,5 – 2 раза выше, чем в развитых странах Европы и США. Для исправления сложившегося положения необходимо постоянное обновление парка технических средств. В настоящее время темп замещения устаревшего оборудования более совершенным составляет не более 3%, что негативно сказывается на технической вооруженности производства.

Успешному процессу модернизации на инновационной основе в хлебопекарной промышленности должны способствовать ускоренные темпы развития продовольственного машиностроения, привлечение иностранных инвестиций (однако сегодня приобретение иностранного оборудования могут себе позволить только холдинги и концерны).

Рынок **замороженных изделий** России молод по сравнению с западным, однако стоит отметить, что компании, производящие ХБИ и МКИ, ожидают развитие сегмента замороженных изделий в ближайшие 5-7 лет. Многие сети инвестируют в новое оборудование для выпечки и выкладки мучных и хлебных изделий.

Сегодня игроки рынка оценивают инвестиции в открытие заводского производства примерно в 2-3 млн. долларов, а в оборудование одной точки по разогреву и реализации замороженного хлеба – примерно в 300 тыс. руб.

2.4. Распределение долей в сегментах производства.

The picture can't be displayed.

Большинство предприятий конкурируют в сегменте массовых традиционных хлебов, и чем сильнее конкуренция, тем меньше у компании возможностей получить доход на типовых сортах хлеба и тем выше риск потери объемов.

Единственная возможность наращивать доходность в такой ситуации – это отстраиваться от конкурентов уникальными продуктами, ассортиментным предложением, упаковкой. Хлебопекарные предприятия, которые ориентируются на современные тенденции на рынке, уже увеличивают в ассортименте долю хлеба, обогащенного полезными свойствами (хлеб с добавленной стоимостью).

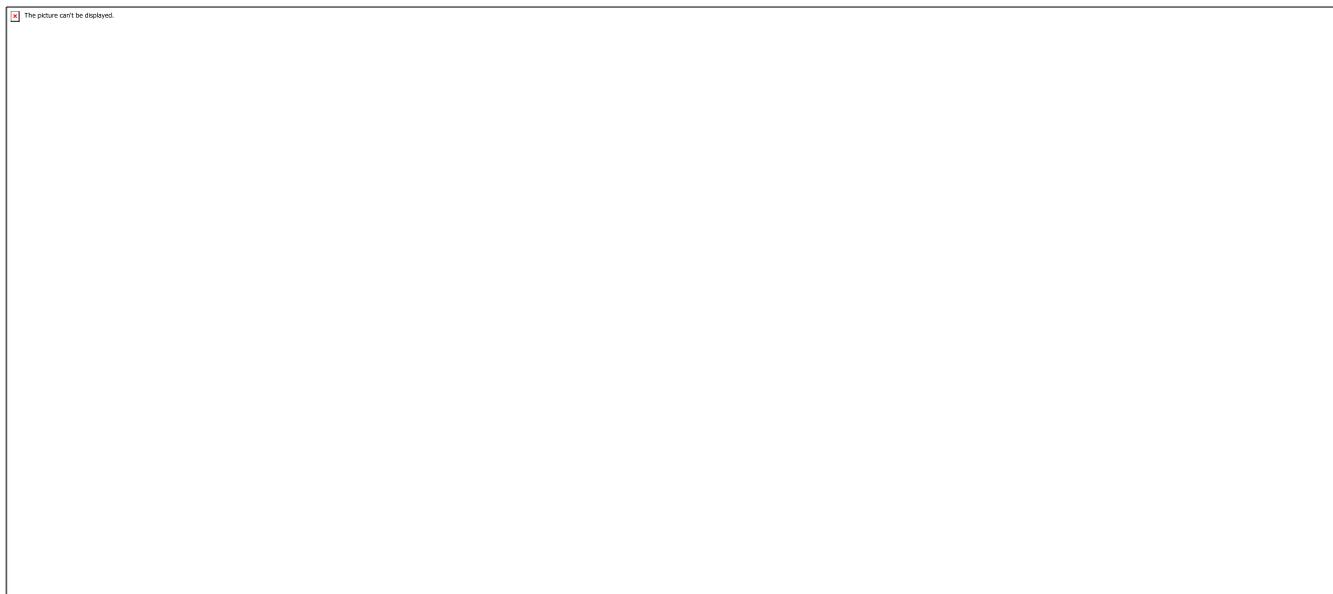
Хлебозаводы, вырабатывающие массовые сорта хлеба и хлебобулочных изделий, обеспечивают ими большую часть населения. Эти предприятия являются лидерами в производстве ржаных и ржано-пшеничных сортов хлеба.

Малые предприятия адаптировались к требованиям рынка и занимают свой сегмент за счет выработки более широкого ассортимента продукции с большим ценовым диапазоном и за счет размещения их в шаговой доступности от покупателя.

2.5. Объемы производства 2011-2015 и тенденции

2.5.1. по видам продукции

- **упакованный/не упакованный хлеб**



Относительно изделий не упакованной свежей выпечки стоит отметить переменную динамику за последние 5-6 лет. Происходит то рост, то падение объемов производства. Так произошло:

- сокращение на 0,7% производства в 2014г.
- увеличение на 0,4% производства в 2015г.
- сокращение на 1,24% производства в 2016г.

Производство упакованных хлебобулочных изделий длительного хранения в России на протяжении 2011-2016 гг. увеличивалось. В 2014 году объём выпуска увеличился на 4,7%. Кроме того, объем производства таких изделий как сухари, печенье, бисквиты и хлебцы в июне 2016 года увеличился на 25,9% к уровню июня прошлого года и составил 10,3 тыс. тонн.

- **замороженные ХБИ и МКИ**

Замороженный хлеб – практически единственный сегмент, показывающий в последние годы активную положительную динамику на хлебном рынке. Бум развития приходится на 2011-2013 года, когда было зафиксировано повышение категории в три раза.

До кризиса 2014 года категория замороженного хлеба более чем на 90% состояла из импортной продукции, а доля импортного сырья в производстве замороженного хлеба в России составляла 65-70%. После падения рубля цены на ХБИ в целом возросли на 20-30%, при этом замороженные изделия дороже заводского хлеба минимум на 20%.

Российским производителям за последние два года приходится увеличивать цены на ХБИ и МКИ в точках продаж от 5-20% из-за поднятия цен на сырье и ингредиенты:

- мука – увеличение на 20-30%
- сахар – увеличение более чем на 50%
- начинки – увеличение на 10%
- полиэтиленовая упаковка – увеличение на 30-40%

Поэтому, в последнее время наблюдается небольшое падение в наращивании объема замороженного хлеба на рынке в связи с повышением закупочных цен европейской продукции и снижением реальных доходов населения.

Для решения данной проблемы производства стараются заменить импортные ингредиенты отечественными (зачастую более дешевыми), а сетевые магазины – стимулировать спрос на горячую выпечку постоянной ротацией ассортимента.

- **пшеничные/ржаные/ржано-пшеничные**

Объем производства изделий из различных сортов муки не подвержен сильным изменениям и пропорции год от года остаются практически неизменными.

Изделия из пшеничной муки (в т.ч. пшенично-ржаной муки) являются лидерами рынка – 66,9% (2011г.) и 66,2% (2015г.) от общего объема изделий (с учетом батончиков и хлеба для приготовления тостов). При этом 53,8% приходится на изделия недлительного хранения.

The picture can't be displayed.

К 2015 году объем производства ржаных изделий увеличился, а изделий из пшеничной муки – уменьшился. Данное обстоятельство может быть следствием наращивания объемов производства хлебцев и других изделий, в производстве которых необходима ржаная мука. Кроме того, многие люди, активно поддерживающие тренд здорового образа жизни, уверены в большей пользе ржаного хлеба, нежели изделий из пшеничной муки. Набирает обороты хлеб тостовый.

The picture can't be displayed.

2.5.2. по видам МКИ

- торты
- пирожные
- кексы
- рулеты
- печенье
- изделия из слоеного теста

В 2015 году объем выпуска мучных кондитерских изделий увеличился на 4,2% в сравнении с 2014 годом и составил 1 727,9 тыс. тонн продукции.

Потребитель, не готовый полностью отказаться от употребления сладкого, выбирает более дешевые товары. И, так как мучные изделия в сравнении с другой кондитерской продукцией обладают более низкой стоимостью, их доля на кондитерском рынке увеличивается.

Причем, необходимо отметить, что производство росло за счет сегмента продукции длительного хранения (печенье, пряники и т.д.), в то время как объемы выпуска тортов, пирожных и прочих мучных кондитерских изделий недлительного хранения постепенно сокращались. Если в 2014 году среднестатистический россиянин съедал около 2,5 кг тортов или пирожных в год, то в августе 2015г. этот показатель составил уже 2,1 кг на человека (в пересчете на год).

Цены на мучную кондитерскую продукцию длительного хранения в 2015 году росли интенсивнее, чем на продукцию недлительного хранения. Так, в 2015 году цены производителей на:

- вафли выросли в среднем на 25,6%
- печенье возросли на 23,7%
- пряники и коврижки увеличились на 17,6%
- торты и пирожные выросли на 11,7%

В январе-мае 2016 года стоимость продукции рассматриваемого рынка практически не изменились, по некоторым категориям товаров даже наблюдалось незначительное снижение цены.

Объем МКИ в целом остается на одном уровне. Однако можно заметить увеличение производства изделий недлительного хранения («премиум»-изделия относительно всего хлебного рынка), небольшое сокращение изделий длительного хранения.

The picture can't be displayed.

Среди МКИ недлительного срока хранения можно выделить сегмент тортов и пирожных – темпы роста сегмента опережают рост рынка кондитерской продукции в целом. Несмотря на некоторое снижение темпов роста рынка в связи с кризисными явлениями, в России культура потребления сладкого только начинает формироваться, а спрос на кондитерские изделия высокого качества в ближайшее время будет расти. Абсолютным фаворитом отечественного рынка является продукция с коротким (до трех суток) сроком хранения – ее покупают 70% домохозяйств.

Необходимо сказать, что в последние годы игроков рынка привлекает новое поколение **низкокалорийных лакомств** – йогуртовых и творожных тортов с добавлением ягод и фруктов. При производстве большинства таких тортов используется свежая и свежемороженая ягода, что позволяет сделать изделие витаминизированным. Факт растущего интереса потребителей к низкокалорийной продукции активно используется производителями. Увеличивается объем выпуска творожных и йогуртовых тортов с большим набором ингредиентов и свежими фруктами.

Популярный в последнее время маркетинговый ход российских кондитерских компаний – позиционирование своей продукции как товаров для людей, соблюдающих пост. Действительно, период поста, можно назвать «низким» сезоном на кондитерском рынке. Как следствие, производитель задается целью донести до потребителя информацию о существовании продукции, способной послужить дополнительным источником витаминов, микроэлементов, такой как, например, халвичные конфеты.

Производство **замороженных кондитерских изделий** – одна из самых перспективных отраслей пищевой промышленности России. Об этом свидетельствуют постоянно увеличивающийся спрос и объемы производства российских кондитерских фабрик. За последние 5 лет, не смотря на кризисные явления в отечественной экономике,

изготавливать замороженные торты и прочие сладости в России стали больше – общий рынок увеличился на 25%.

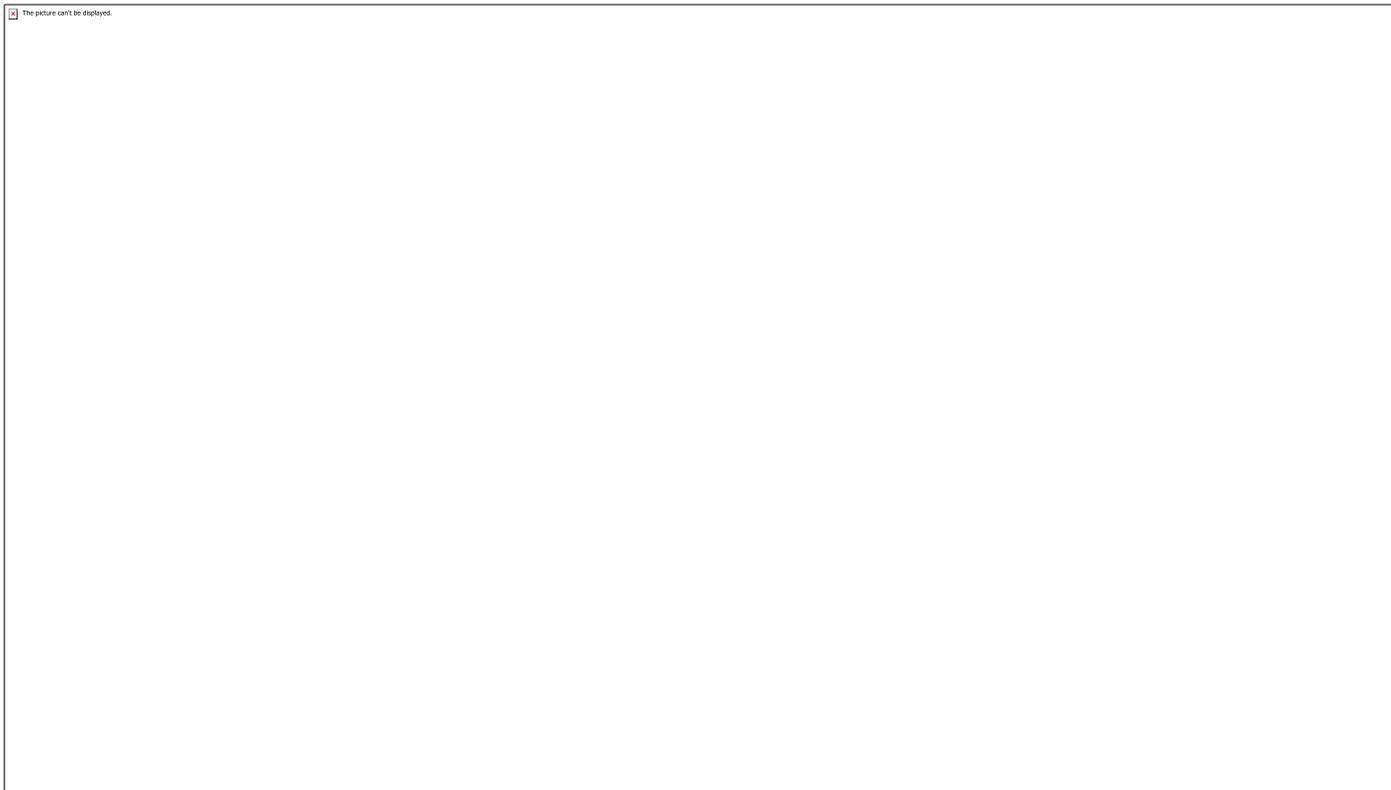
3. АНАЛИЗ ПОТРЕБЛЕНИЯ НА РЫНКЕ

Объем потребления по товарным группам, 2011-2015

В связи с уменьшением доли импорта наблюдается увеличение спроса на отечественную продукцию.

- Начало 2014г. поставки хлеба из-за рубежа = 70,9 тыс. т. (снижение на 1%)
- Начало 2015г. = 14,3 тыс. т. (снижение на 52,1% от 2014г.)

Напомним, что как ни странно, в России на 2015г. потребление хлеба составляет 55,2 кг/чел., а объем учтенного производства на душу населения составляет лишь 49,3 кг/чел. Не смотря на то, что данные не учитывают потребление хлеба вне дома и потребление хлеба мигрантами.

 The picture can't be displayed.

The picture can't be displayed.

Для рынка хлеба и хлебобулочных изделий характерны сезонные колебания объемов производства, что связано с неравномерностью спроса: он имеет сезонные, недельные и праздничные колебания.

Летом спрос падает: в это время года горожанин съедает в два раза меньше хлебобулочных изделий, чем во все остальные сезоны. В течение недели спрос также подвержен колебаниям: значительно возрастает в будние дни, а в выходные потребление хлеба падает почти в два раза. Возрастает спрос на хлеб также в праздничные дни. Наибольшие продажи приходятся на четвертый квартал года.

Несмотря на падение реальных доходов населения и связанную с этим экономию на продуктах питания, потребители все больше переключаются на «здоровые» продукты, в частности, на зерновой хлеб.

Доля зернового хлеба в стоимостном объеме продаж пшеничного, ржано-пшеничного и ржаного хлеба составляет 5–6%, и в ближайшее время данный сегмент будет только расти. Ориентируясь на запросы потребителей, ритейлеры расширяют хлебный ассортимент за счет мультизерновых и ржано-пшеничных хлебов и багетов, хлебов с пищевыми волокнами и обогащенных витаминами и минералами, изделий с пониженным содержанием соли, сахара и жиров, безглютеновую выпечку.

Следует отметить, что продажи специальных сортов хлеба для здорового питания (линейка «премиум») и выпечка на сливочном масле (круассаны) в 2014 году увеличились на 18%.

Тренд на здоровое питание набирает обороты из года в год – более 80% населения полагает, что качество еды, которую они потребляют, является основным фактором здоровья. Производители расширяют ассортиментную матрицу и дополняют ее новыми позициями, в том числе и зерновыми видами хлебов.

Кроме вышеперечисленных видов ХБИ и МКИ активно набирают обороты такие сегменты как:

- полуфабрикаты для сэндвичей

(активный рост за последний год, ввиду экономической привлекательности сегмента прогнозируется появление новых, крупных игроков)

- клуб-сэндвичи

(популярны ввиду изменения стиля городской жизни)

- тостовый хлеб

(составляет 1,5% от общего объема рынка ХБИ, является аналогом нарезного батона)

Наблюдается активное развитие продаж ХБИ и МКИ с автолавок в кафе-кондитерских эконом-класса.

Так же активно развивается производство обогащенных и лечебно – профилактических продуктов, интерес к которым возрастает ежегодно. Сейчас 2,8% от общего объема ХБИ. В развитых же странах производство диетических изделий на уровне 30% от всего выпуска хлебобулочной продукции.

Производство лечебных, профилактических и функциональных сортов в России по данным Росстата составляет более 100 тыс. тонн в год при потребности 600 – 700 тыс. тонн. Выпуск диетических хлебобулочных изделий в основном приходится на Центральный и Северо-Западный федеральный округа (в большей степени на г. Москва и Санкт-Петербург).

Еще одним направлением инновационного развития ассортиментной стратегии промышленности следует считать дальнейшую сегментацию вырабатываемой продукции с учетом спроса определенных групп потребителей: населения зон экологического неблагополучия с различными видами загрязнений; потребителей, страдающих профессиональными заболеваниями; лиц различных возрастных групп, в том числе детей; для лечебного и профилактического питания.

4. ВЫВОДЫ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

4.1. Перспективы развития рынка

Анализ рынка выявил тенденции, сложившиеся за последние годы:

- 1) тренд на здоровый образ жизни и правильное питание
- 2) переориентация на отечественное производство
(в связи с экономико-политической ситуацией страны)
- 3) увеличение количества малых предприятий (кафе-пекарен) и пекарен в сетевых магазинах
(при достаточно высоком уровне банкротства молодых предприятий, те, кто осуществляет быструю смену ассортимента продукции способны конкурировать с крупными компаниями)
- 4) переориентация производств на работу с замороженными ХБИ и МКИ
(позволяет дольше хранить запасы, быстро испечь по необходимости и подать свежую продукцию покупателям)

Данные тенденции связаны с событиями последних лет: кризисом 2014г., импортозамещением, оптимизацией расходов и поиском дешевых ингредиентов.

В ближайшие 5 лет – с 2016 по 2020 гг. – прогнозируется:

- планомерное развитие рынка замороженных полуфабрикатов
- быстрое развитие таких сегментов, как тостовый хлеб и основы для сэндвичей, тандырный хлеб, фруктовые и йогуртовые торты;
- развитие таких предприятий, как пекарня-кондитерская эконом-класса, развитие пекарен при сетевом ритейле;
- изменение стратегии промышленных предприятий и расширение ассортимента в связи с ростом малых пекарен и пекарен при сетевом ритейле (однако объем инвестиций в производство еще достаточно низок).

4.2. Выводы по исследованию

Рынок хлеба сокращается. Среди основных причин следует отметить снижение численности населения, а также изменение покупательского поведения, связанного со следующими факторами:

- рост доходов (по сравнению с 2014 годом);
- тренд на здоровый образ жизни и правильное питание;
- развитие домашнего хлебопечения;
- изменение модели питания у подростков и молодого поколения.

Основные выводы и прогнозы:

1. Потребление традиционных видов хлеба и выпечки идет на спад, большим спросом пользуются нетрадиционные виды ХБИ и свежая выпечка.
2. Увеличение применения в хлебопекарном производстве пищевых добавок, использование нетипичных для хлеба злаков и хлеба, произведенного с использованием готовых хлебопекарных смесей (чабатта, фокачча и др.).
3. Несмотря на увеличение цен, население готово платить за изделия «премиум»-класса.
4. Развитие лечебных и профилактических изделий, а так же этнической и религиозной кухни.
5. Усиление давления на слабых игроков рынка вплоть до состояния банкротства.
6. Сокращение процесса переоснащения предприятий в связи с экономической ситуацией в стране.
7. Усиление влияния сетевой розницы, проводящей политику низких цен и активно развивающей собственное производство хлебобулочных изделий с быстрой ротацией ассортимента.
8. В ближайшие 5 – 7 лет прогнозируется активное развитие производства замороженных изделий, «премиум»-сегмента и МКИ недлительного срока хранения.
9. Уменьшение рентабельности данной отрасли.
10. Импортозамещение, увеличение спроса на отечественную продукцию.