НАБИРАЕТ ОБОРОТЫ ПОПУЛЯРНОСТЬ... МУЧНЫХ КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ

Анастасия Птуха,
председатель совета директоров, ГК Step by Step
Татьяна Мерзлякова,
менеджер по маркетингу, ГК Step by Step
Наталья Мчедлидзе, бизнес-консультант
по торговым технологиям, директор по маркетингу
компании «Норд Коммерц» (Архангельск).

Одно из любимых лакомств россиян – мучные кондитерские изделия – входят в ежедневный рацион, в связи с чем спрос на данную продукцию весьма стабильный. Рынок мучных кондитерских изделий включает в себя следующие категории продукции: печенье, вафли, пряничное изделие, кекс, рулет, торт, пирожное, мучное восточное изделие.

Лидером по объему продаж является печенье. Это объясняется тем, что печенье имеет хорошее соотношение цены, качества и потребительских свойств. Рынок мучных кондитерских изделий представлен широким ассортиментом печенья, и покупатель при его выборе чаще всего проявляет консерватизм, отдавая предпочтение привычным брендам и маркам.

АНАСТАСИЯ ПТУХА,
ТАТЬЯНА МЕРЗЛЯКОВА

РЫНОК

Современный рынок мучных кондитерских изделий является насыщенным с высокой степенью конкуренции. Данный рынок в большей степени является внутренним, поскольку большая часть продукции отечественных предприятий реализуется на территории РФ. Таким образом, продукция отечественного производителя наиболее узнаваема и популярна у российского покупателя.

Но тем не менее на российском рынке присутствуют и иностранные производители. Основными потребителями импортной продукции на сегодняшний день являются крупные города с торговыми сетями, ориентированными на высокодоходную часть населения. Так, общий объем импорта в 2012 году составил 28,04 тыс. тонн. Среди стран-импортеров наибольшая доля (52,58 % в натуральном выражении) приходилась на Украину: объем импорта из этой страны достигает 14,74 тыс. тонн мучных кондитерских изделий (табл. 1).

Стоит отметить, что в настоящее время импорт мучных кондитерских изделий более чем в два раза превы-

Таблица 1. Основные страны – импортеры мучных кондитерских изделий в 2012 г.
Источник: ГК Step by Step

Стана отправления	В натуральном выражении	
	тыс. тонн	%
УКРАИНА	14,74	52,58 %
ПОЛЬША	3,63	12,93 %
ИТАЛИЯ	1,97	7,03 %
ЛИТВА	1,58	5,62 %
ГЕРМАНИЯ	1,17	4,16 %
Прочие	4,95	17,67 %
Итого	28,04	100,00 %

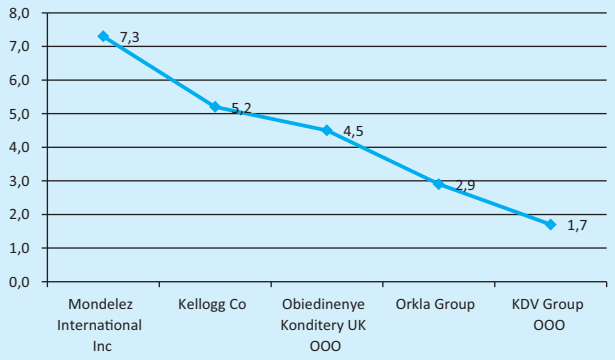

Рис. 1. Доли компаний в выпуске печенья. Россия. 2013 год (по данным компании Euromonitor International)

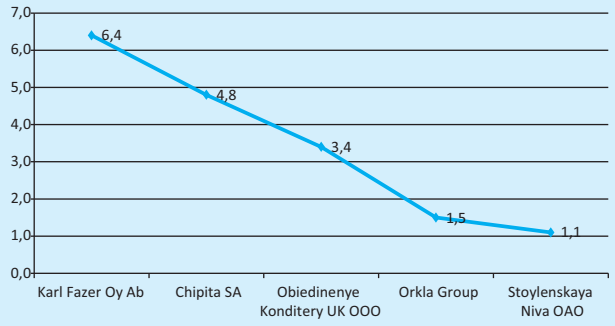

Рис. 2. Доли компаний в выпуске выпечки. Россия. 2013 год (по данным компании Euromonitor International)

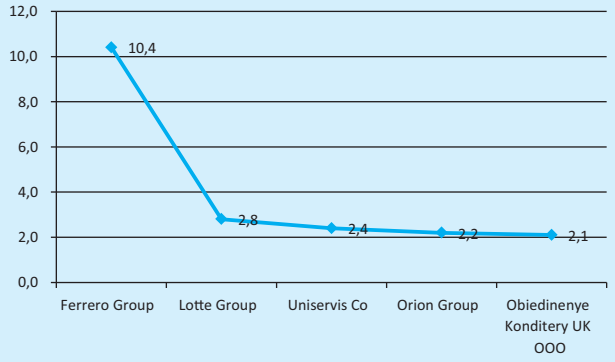

Рис. 3. Доли компаний в выпуске тортов. Россия. 2013 год (по данным компании Euromonitor International)

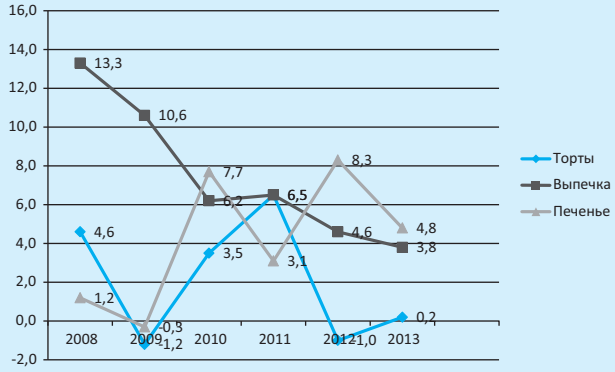

Рис. 4. Объем розничных продаж мучных кондитерских изделий. Россия. 2008-2013 гг. (по данным компании Euromonitor International)

шает экспорт. Общий объем экспорта мучных кондитерских изделий в 2012 г. составил 11,11 тыс. тонн. Несмотря на то что формально часть продукции изготавливается на отечественных предприятиях, правообладателями ее зачастую являются крупные иностранные компании и ТНК (Nestle, Mars и т. д.), имеющие собственные представительства и производственные мощности в России. Таким образом, почти все крупные иностранные производители присутствуют на отечественном рынке. Фактически продукция под иностранными брендами, а иногда и под привычными российскими, например печенье «Юбилейное», выпускается на территории России. Так, открывшиеся таможенные границы в условиях полноправного членства России в ВТО пока не привели к резкому притоку импортной мучной кондитерской продукции. По прогнозам специалистов, иностранные поставщики и в 2014 году не окажут значительного влияния на сегмент мучных кондитерских изделий, так как снижение пошлин коснулось в основном сахаристого сегмента кондитерского рынка России.

Отечественные производители в настоящий момент заинтересованы в модернизации производства. Но стоит отметить, что растущие цены на энергоносители и пошлины на ввоз иностранного оборудования пока замедляют процесс развития производства высококачественной российской продукции. А высокотехнологичного российского оборудования для качественного производства мучных кондитерских изделий на сегодняшний день недостаточно. Основными производителями мучных кондитерских изделий в Российской Федерации являются известные и зарекомендовавшие себя еще в советские времена многопрофильные кондитерские фабрики и структурные подразделения иностранных ТНК крупнейших мировых производителей продуктов питания (в том числе и кондитерских изделий).

Лидером по выпуску мучных кондитерских изделий в России является Московская область: в 2013 году там было произведено около 11% всей отечественной продукции. На втором месте – Москва: ее показатель несколько ниже и составляет около 9%. Следовательно, именно этот регион является главным рынком сбыта для ведущих производителей отрасли. Замыкает тройку Санкт-Петербург – 6%. По 4–5% от общероссийского производства выпускают Липецкая и Владимирская области.

Несмотря на то что на сегодняшний день мучная кондитерская продукция имеет стабильный спрос среди потребителей, темпы роста рынка замедляются. С 2008 года российское производство было представлено преимущественно мучной кондитерской продукцией, а с 2010 года сахаристые кондитерские изделия на рос-

ФАКТОРЫ, СПОСОБСТВУЮЩИЕ РАЗВИТИЮ РОССИЙСКОГО РЫНКА МУЧНЫХ КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ:

- *рост уровня доходов и жизни населения;*
- *постоянное увеличение числа новинок на рынке;*
- *снижение цен на муку, сахар и прочие ингредиенты, необходимые для изготовления изучаемой продукции;*
- *существование в России стабильного спроса на кондитерскую продукцию;*
- *доминирование на рынке продукции отечественного производства;*
- *высокий уровень технического оснащения российских предприятий;*
- *вступление России в ВТО может расширить рынок сбыта российской продукции.*

сийском рынке занимают уже больше половины объема. Объем рынка изучаемой продукции в 2013 г. составил 1,53 млн тонн мучных кондитерских изделий. В ближайшие несколько лет рынок мучных кондитерских изделий хоть и будет развиваться небольшими темпами, но на его развитие повлияет экономическая ситуация, так как в России идет существенное замедление темпов роста экономики, поэтому точные прогнозы (даже на год) лучше делать в середине 2014 г.

По оценкам специалистов ГК Step by Step, емкость российского рынка мучных кондитерских изделий в 2013 году составляла 1,97 млн тонн продукции. Эти данные могут быть скорректированы с учетом инфляции, изменения демографической ситуации и т. д.

Как отмечалось ранее, рынок мучных кондитерских изделий имеет высокую степень конкуренции среди производителей. В настоящее время производителям приходится все больше внимания уделять качеству продукции, расширению ассортимента, а также маркетинговому продвижению товара.

Таким образом, в данный момент наблюдается тенденция к усложнению продукции. Ведь для привлечения клиента большое значение имеет способность производителей проявить воображение и регулярно выпускать принципиально новые либо видоизмененные товары, так как потребителям надоели традиционные виды, формы изделий. Так, среди новинок рынка в сегменте печенья можно выделить продукцию ОАО «Оркла Брэндс Россия»: «Мистер Крекер: сыр и чеснок», «Мистер Крекер: томат и ароматные специи», «Расти с малышком» (с бананом), «Расти с малышком» (с яблоком).

В условиях насыщенности рынка мучных кондитерских изделий, а также роста благосостояния сегодня покупатель все чаще отдает предпочтение более дорогим товарам. Соответственно, следующая тенденция, которую хотелось бы выделить, – это смещение спроса на более дорогую продукцию.

Еще одной тенденцией, которую хотелось бы выделить, является стремление населения к здоровому образу жизни. Производители мучных кондитерских изделий начали уделять внимание изготовлению продукции с использованием различных пищевых ингредиентов, способствующих улучшению здоровья. Во избежание падения спроса на свою продукцию производители предлагают потребителям новые варианты продукции: низкокалорийные торты и пирожные. Например, ОАО КБК «Черемушки» предлагают потребителям торт с пониженной калорийностью «Зимняя вишня». ЗАО «Комбинат мучнисто-кондитерских изделий «Добрынинский» выпускает йогуртово-клубничный торт, а также прочие творожные торты.

Производители печенья в сложившейся ситуации вводят в свой ассортимент продукцию с добавлением дополнительных ингредиентов: отрубей, злаков, изюма, миндаля, витаминов и микроэлементов (например, «Юбилейное утреннее» от производителя ООО «Мон'дэлис Русь»).

Следующая тенденция – это увеличение доли сегмента упакованной продукции на рынке мучных кондитерских изделий. В России традиционно наибольшую долю занимает развесная продукция. Но в последнее время эта тенденция начала меняться. Сегмент упакованной продукции постепенно наращивает обороты. Именно такая продукция представляется потребителям более качественной. Наиболее часто на рынке можно встретить изделия в упаковке flow pack, а также в картонных коробках. Крупные производители уделили особое внимание разработке упаковки, так как считают, что, только разработав оригинальное название и яркую упаковку, можно внедрить бренд в сознание потребителей, сделать продукцию заметной и покупаемой.

По оценке специалистов, в нашей стране потребление мучных кондитерских изделий в расчете на душу населения составляет 11 кг. Основными покупателями мучной кондитерской продукции в сегменте B2C являются женщины в возрасте 30–39 лет – их доля составляет порядка 30%, а также женщины в возрасте 50–65 лет, их доля – примерно 25%.

ГРУППА КОМПАНИЙ STEP BY STEP

Исследовательская и консалтинговая компания, предлагающая полный комплекс в области маркетинговых и социологических исследований, управленческого и маркетингового консалтинга.

В группу компаний входят:
маркетинговое агентство Step by Step;
Step by Step Консалтинг;
Step by Step Брендинг;
Step by Step Недвижимость;
аналитический центр Step by Step;
колл-центр MarketPhone.
Москва, Николоямский пер., 3А, стр. 2, 4-й этаж

Причинами предпочтения того или иного бренда (или производителя) продукции могут служить:

- цена;
- качество продукции;
- опыт потребления продукции данной марки;
- рекомендации друзей, знакомых и т. д.;
- известность и репутация компании-производителя;
- яркая упаковка, привлекающая внимание;
- скидки, акции на продукцию данной марки;
- уровень дохода потребителей;
- наличие изучаемой продукции в магазине «у дома»;
- социально-демографические характеристики потребителей (пол, возраст, статус, образ жизни и т. д.).

В сегменте B2B основными потребителями продукции являются предприятия, работающие в сфере общественного питания:

1) организации сегмента HoReCa;
2) пищеблоки, пункты общественного питания при государственных, муниципальных и офисных учреждениях и т. д.

Если потребители сегмента B2C чаще приобретают для повседневного употребления печенье, пряники и вафли (а торты – только в особых случаях), то потребители сегмента B2B отдают предпочтение тортам и пирожным, в то время как печенье и вафли используются лишь для дополнительного украшения десертов.

Рынок мучных кондитерских изделий сам по себе довольно сложен. На него влияет большое количество факторов. Помимо общеэкономических факторов и предпочтений потребителей на рынок оказывает воздействие конъюнктура рынков сахара, муки и т. д.

В настоящее время все так же спросом пользуются традиционные классические мучные кондитерские изделия (печенье, пряники, вафли), растет популярность инновационной продукции с расширенными потребительскими свойствами, например обогащенной витаминами или с добавлением различных ингредиентов. Таким образом, можно наблюдать серьезный скачок в развитии продуктовой линейки. Любое серьезное предприятие постоянно совершенствует свое предложение для потребителя, находится в непрерывном поиске новых видов продукции. На данный момент, несмотря на постепенное насыщение рынка мучных кондитерских изделий, рынок позиционирует себя как перспективный.

НАТАЛЬЯ МЧЕДЛИДЗЕ

Для того чтобы уметь продавать весь предлагаемый магазином ассортимент печенья, продавцу необходимо знать, прежде всего, товароведную характеристику печенья, затем то, на чем основывается выбор покупателя того или иного вида печенья, а также каким образом его можно презентовать для разных категорий покупателей.

1. ТОВАРОВЕДНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПЕЧЕНЬЯ

Печенье – это одна из товарных категорий большой группы мучных кондитерских изделий разнообразной формы, производимых из пшеничной муки высшего и первого сортов, овсяной муки (для овсяного печенья), сахара и жира. При производстве печенья в тесто могут добавлять молоко, яйца, ароматизаторы, соль, химические разрыхлители и другие добавки, которые влияют на потребительские характеристики продукта такие, как вкус, аромат, консистенция, калорийность. Печенье классифицируют по признакам, указанным на рисунке 1.

Лидером продаж отечественного рынка печенья является сахарное печенье, поскольку его отличают высокие вкусовые характеристики, доступность цены и более длительный (по сравнению с другими) срок хранения. На втором месте по объему продаж находится сдобное печенье, на третьем – затяжное.

Ценовые сегменты печенья определяются известностью бренда, потребительскими характеристиками, характером упаковки и ее оформлением. Печенье низкого ценового сегмента характеризуется тем, что оно, как правило, поступает в торговлю весовым и небрендированным. Средний ценовой сегмент представлен преимущественно фасованной брендированной продукцией отечественного производства, а премиальный ценовой сегмент – преимущественно продукцией зарубежного производства, которую отличает высокое качество, яркая и привлекательная упаковка.

Продажа печенья имеет сезонные колебания – так, в холодное время года его потребляют больше, так как в этот период более активно чаепитие (к чему и покупают печенье), а в теплое – меньше, поскольку употребляют больше воду, лимонады и другие напитки. Такой характер потребления требует контроля и наличия страхового запаса печенья, виды которого являются лидерами продаж в пиковое время потребления продукта.

Характеристика разных видов печенья приведена в таблице 2.

При выборе того или иного вида печенья покупатели руководствуются

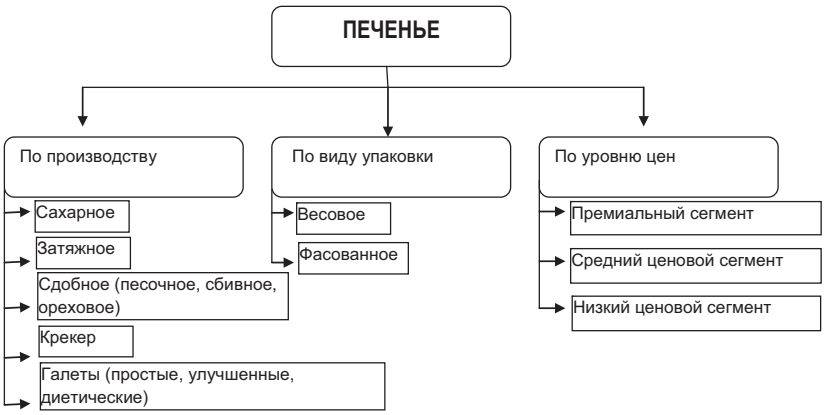

Рис. 1. Классификация печенья

Таблица 2. Характеристика разных видов печенья

Вид	Характеристика	Разновидности и примеры из ассортимента
Сахарное	Получают из муки пшеничной высшего, первого сортов, из которой изготавливают пластичное, легко рвущееся тесто. Печенье содержит сахар, жир, яичные продукты, поэтому имеет более сладкий вкус, более темную окраску поверхности, повышенную хрупкость и пористость в изломе, чем другие виды печенья. На поверхности штампуется рисунок.	Из муки высшего сорта: «Юбилейное», «Привет», «Утро» Из муки 1-го сорта: «Наша марка», «Садко», «Сахарное», «Чайное», «Шахматное»
Затяжное	Получают из муки пшеничной высшего и первого сортов, из которой изготавливают эластично-упругое и в то же время достаточно пластичное тесто. Печенье имеет слоистую структуру на изломе, меньшую хрупкость и набухаемость, чем сахарное. На поверхности имеются проколы.	Из муки высшего сорта: «Мария», «Москва», «Школьное» Из муки 1-го сорта: «Крокет», «Спорт»
Сдобное	Получают только из муки пшеничной высшего сорта, с добавлением большого количества сахара, сливочного масла и яиц. Поэтому оно калорийное — 1979 кДж на 100 г продукта. В рецептуру могут входить молоко, орехи, изюм и другие продукты. Печенье имеет небольшие размеры, разнообразную структуру и форму.	Песочное печенье имеет рассыпчатую структуру. Ассортимент: «Песочное», «Листики» Сбивное печенье готовят путем сбивания яиц или только белков с сахарной пудрой и добавлением после сбивания небольшого количества муки. Ассортимент: «Лакомка», «Сбивное». Ореховое (имеет плотную структуру). Получают путем смешивания сахара, яиц, муки и размолотых орехов. Ассортимент: «Миндальное», «Ореховое»
Крекер (сухое печенье)	Получают из муки пшеничной высшего и первого сортов. Тесто получают с использованием дрожжей. Сахар при производстве не добавляют. Аромат обусловлен добавлением пряностей и вкусовых добавок. Это изделие слоистой и ломкой структуры, похожее на затяжное печенье по внешнему виду, но отличается специфическим вкусом и ароматом.	Из муки высшего сорта: «Забава», «Малыш», «К завтраку» Из муки 1-го сорта: «Любительское»
Галеты	Производят из пшеничной муки и дрожжей, с добавлением химических разрыхлителей, соли. Галеты имеют плоскую прямоугольную или квадратную форму с проколами. Производят их простыми, диетическими и улучшенными.	Ассортимент: «Поход», «Арктика», «Спортивные»

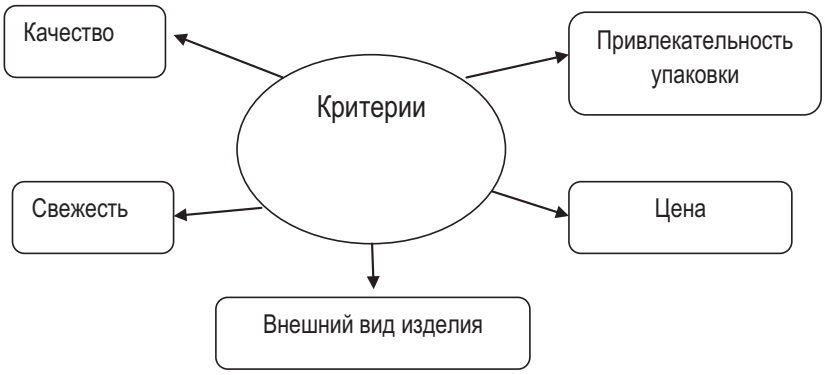

Рис. 2. Критерии выбора печенья покупателем

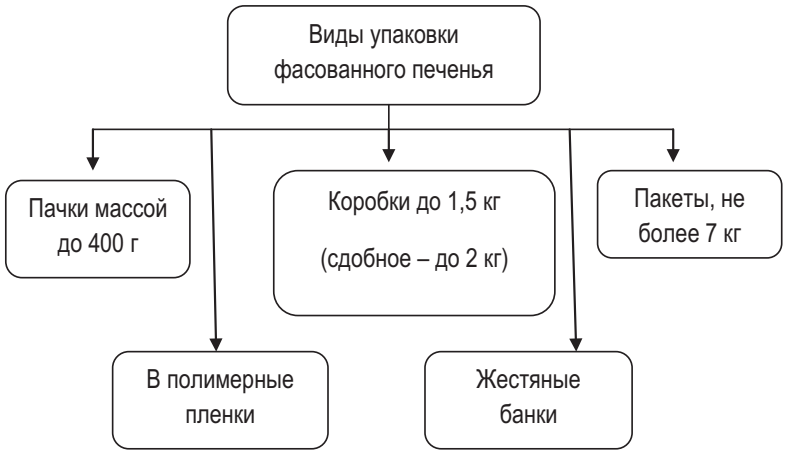

Рис. 3. Виды упаковки фасованного печенья

разными критериями, главные из которых представлены на рисунке 2.

Поскольку покупатель выбирает печенье, ориентируясь прежде всего на его внешний вид, следует уделить особое внимание выкладке весового печенья – размещать его рисунком к покупателю, а не ребром. Кроме того, при размещении печенья на полках стеллажа следует ориентироваться на вид печенья, а не на его производителя.

В магазин печенье поступает весовым и фасованным в разные виды упаковки. Вид и характер упаковки влияет на выбор покупателем печенья того или иного вида и бренда. Так, печенье в жестяных банках является подарочным, поэтому его закупку и расширение ассортимента следует наблюдать в предпраздничные дни (рис. 3).

Читаем маркировку печенья: товарный знак и наименование предприятия-изготовителя, его местонахождение; наименование печенья; масса нетто; дата выработки; срок и условия хранения; сведения о пищевой и энергетической ценности продукта на 100 г; обозначение стандарта, в соответствии с которым печенье изготовлено и может быть идентифицировано. На коробках, пачках и банках с диабетическим печеньем указывают дополнительные сведения.

Хранение печенья осуществляется при температуре 18 +/–5 °С и относительной влажности воздуха 70–75%, но не более 75%. Сроки хранения печенья указаны в таблице 3.

2. ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ С АССОРТИМЕНТОМ ПЕЧЕНЬЯ

2.1. Изучите ассортимент печенья, продажу которого осуществляет ваш магазин. Для этого отберите по одному образцу разных видов печенья, внимательно прочитайте информацию на упаковке и занесите ее в таблицу 4.

2.2. Подготовьте презентацию печенья трех образцов из разных ценовых сегментов, используя схему, приведенную в таблице 5.

3. КЕЙСЫ ДЛЯ РЕШЕНИЯ СИТУАЦИЙ, ВОЗНИКАЮЩИХ ПРИ ПРОДАЖЕ ПЕЧЕНЬЯ

Кейс № 1. Покупатель затрудняется в выборе печенья и обратился к вам за

Таблица 3. Сроки хранения печенья

Виды печенья	Сроки хранения
Сахарное	3 месяца
Затяжное	3 месяца
Сдобное: с массовой долей жира до 10%	45 суток
Сдобное с массовой долей жира от 10 до 20%	30 суток
Сдобное с массовой долей жира свыше 20%	15 суток
Крекер с содержанием жира не более 14,3%	3 месяца
Крекер на маргарине или кулинарном жире	2 месяца
Крекер на сливочном масле	1,5 месяца
Крекер на растительном масле	1 месяц
Галеты простые	от 6 месяцев до 2 лет
Галеты улучшенные	от 3 до 6 месяцев
Галеты диетические	от 3 недель до 3 месяцев

Таблица 4. Сведения о продукции

Вид печенья	Наименование	Характеристика (характер и объем упаковки, состав, пищевая ценность, вкус, консистенция, аромат)	Ценовой сегмент
Сахарное			

Таблица 5. Проведение презентации

Этап презентации	Содержание этапа
Название марки или бренда печенья	
Производитель	
Вид в зависимости от способа получения	
Органолептические показатели качества (консистенция, вкус, аромат)	
Особенности рецептуры	
Вид и объем упаковки	

помощью. Подготовьте вопросы, с помощью которых можно выяснить предпочтения покупателя и дать ему правильную консультацию.

В результате беседы выяснилось, что покупатель любит крекер высокого качества. Помогите ему сделать правильный выбор исходя из ассортимента вашего магазина.

Кейс № 2. Покупательница затрудняется в выборе марки сахарного печенья и обратилась к вам за помощью. Дайте консультацию по ассортименту сахарного печенья, продажу которого осуществляет ваш магазин, подготовив вопросы, позволяющие лучше понять предпочтения покупательницы.

Кейс № 3. Покупательница – пожилая женщина – выбирает печенье. Пересмотрев все, что предлагается в продаже, она отметила для себя, что продукция вся дорогая и выбрать нечего. Помогите покупательнице сделать выбор, учитывая ее возможности. Предложите решения экономии.

Кейс № 4. Молодая женщина с ребенком 4 лет выбирает печенье и не знает, что выбрать. Она обратилась за помощью к продавцу. Дайте консультацию, подготовив вопросы, позволяющие лучше понять желания и возможности покупательницы. На кого могут быть направлены усилия при продаже печенья?

Кейс № 5. Покупатель – мужчина – выбирает печенье. В беседе с ним вы выяснили, что он выбирает кондитерские изделия в качестве подарка. Как может быть скомплектован этот подарок, если обязательным условием является наличие в нем печенья? Дайте рекомендацию исходя из ассортимента кондитерских изделий, представленных в вашем магазине.

ИНТЕРЕСНАЯ ИНФОРМАЦИЯ. *Высокая пищевая ценность печенья обусловлена значительным содержанием углеводов, жиров и белков. По процентному содержанию жиров и минеральных веществ лидирует сдобное печенье. Усвояемых углеводов и витаминов каждый вид печенья содержит примерно одинаковое количество.*

Кейс № 6. Покупатель обратился к вам с вопросом: «Чем отличается сахарное печенье от затяжного?». Подготовьте ответ на вопрос покупателя. Назовите ассортимент сахарного и затяжного печенья, продажу которого осуществляет ваш магазин.

4. ТЕСТЫ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ

1. Печенье – кондитерское изделие разнообразной формы, производимое из _____ _____ (завершите предложение).

2. Назовите вид печенья, тесто которого получают с использованием дрожжей.
- Сахарное
- Затяжное
- Сдобное
- Крекер

3. Какой вид печенья получают из муки высшего сорта с добавлением жира и яиц?
- Сахарное
- Затяжное
- Сдобное
- Крекер

4. Какой вид печенья имеет слоистую структуру на изломе и проколы на поверхности?
- Сахарное
- Затяжное
- Сдобное
- Крекер

5. Какой вид печенья имеет хрупкую консистенцию и изготавливается из муки пшеничной высшего и первого сортов?
- Сахарное
- Галеты
- Сдобное
- Крекер

6. Какой вид печенья может быть использован как заменитель хлеба?
- Сахарное
- Затяжное
- Галеты
- Крекер

7. Укажите сроки хранения сахарного печенья:
- 3 месяца
- 1 месяц
- 45 дней