**ПРЕГЛЕД НА РУСКИЯ ПАЗАР НА СНАКСОВЕ**

**Световният пазар на снаксове.**

Световният пазар на снаксове е много динамичен и бързо развиващ се по отношение на нови продукти, решения в опаковането и начините на консумация. Особен интерес представлява сегментът на снаксови блокчета, който постоянно се развива благодарение на нарастващото търсене на тези продукти, предназначени за бърза закуска и не вредят за здравето.

Според Euromonitor International през 2016 г. продажбите на дребно на снаксови блокчета в света са достигнали 13 милиарда долара. Повече от половината са от продажбите на **зърнени барове**. Според средното потребление на тези продукти на глава от населението, най-развитите пазари са Канада и Нова Зеландия, където този показател достига до един килограм на глава от населението. Следва да се отбележи, че световните продажби на зърнени барове за периода от 2012 г. до 2016 г. са намалели с 7% в стойностно изражение. Снижението се дължи на насищането на редица големи пазари, като например пазарите в САЩ, Великобритания и Австралия.

В зависимост от регионите на света, лидерите на пазара на зърнени барове са различни. На пазара на Северна Америка работят такива гиганти като General Mills Inc (TM Nature Valley), Kellogg Co (TM Kellogg's) и PepsiCo Inc (TM Quaker). В Австралия и някои от близките острови са популярни марките Nestlé SA (TM Uncle Tobys), Carman's Fine Foods Pty Ltd (TM Carman's) и Griffins Foods Ltd (TM Nice & Natural). В Западна Европа лидери са Kellogg Co (TM Kellogg's), Hero Group GmbH (TM Corny), Mondelez International Inc (TM Cadbury, LU) и General Mills Inc (TM Nature Valley), а в Източна Европа - Cereal Partners Worldwide SA / Nestlé SA (TM Fitness) и Hero Group GmbH (TM Corny).

Втори по обем на продажби са **енергийните барове**, които заемат по-малко от една трета от пазара. Ключовите позиции в категорията принадлежат на САЩ, където се продават две трети от цялата световна продукция. Сред най-големите играчи на този пазар са Clif Bar & Co (TM Clif Bar) и Quest Nutrition LLC (TM Quest). Второ място по отношение на продажбите на енергийни барове заема Азиатско-тихоокеанския регион, където практически всички продажби са съсредоточени в Япония. Лидер на японските продажби е компанията Otsuka Holdings Co Ltd (TM Calorie Mate, Soy Joy).

Следващата по значимост категория са **плодовите барове**. От страна на потребителите се наблюдава голям интерес към този продукт. Атрактивният състав на продукта и естествените източници на витамини и хранителни вещества в удобен формат блокчета, предопределят успеха на категорията. От 2012 г., световните продажби на тази категория продукти са се удвоили, както в натурален, така и в стойностен аспект. Най-голямо увеличение на продажбите в стойностно изражение от 2012 г. насам се наблюдава в Норвегия и Швеция. Най-големият играч на тези пазари е компанията Eat Natural Ltd (TM Eat Natural).

В Русия общото потребление на снаксови блокчета остава на първоначално ниво, но перспективите за растеж на този пазар са много високи. Към днешна дата, показателят за средните разходи за едно блокче на глава от населението, изостава от показателите на европейските пазари, но се наблюдава постоянен, стабилен ръст.

*Индекс на разходите за снаксови блокчета, на глава от населението*

*по страни в 2016 г., $/човек*

*Източник: Euromonitor International*

**Руският пазар на снаксови блокчета.**

*Структура на пазара на снаксови блокчета за 2016 г.*

*в стойностно изражение, %*

Източник: Euromonitor International

Според Euromonitor International, през 2016 г. продажбите на дребно в Русия на снаксови блокчета, възлизат на 4,7 милиарда рубли. Два фактора, които предопределят потенциала за развитие на пазара - растящото търсене на тези продукти под формата на лека закуска от градските жители и модата за здравословно хранене или здравословна закуска. Най-популярните формати към днешна дата са зърнените и плодови барове с ядки. В по-малка степен руснаците избират за бърза закуска енергийните барове и всякакви други видове барове, например познатите на всички руснаци козинаки.

**Зърнени барове.**

Продажбите на дребно на зърнени барове заемат 59% от целия руски пазар на снаксови блокчета в стойностно изражение. Основният канал за продажба на зърнени барове са съвременните хранителни вериги за стоки на дребно. Също така, зърнени барове могат да бъдат закупени в традиционните хранителни магазини, аптеки, чрез автомати и онлайн. Предлагането на зърнени барове във веригите магазини в цялата страна значително е нараснало през последните няколко години, което е способствало за привличането на все повече нови клиенти в различни региони. От 2011 г. обемите на продажбите на зърнени барове в натурално изражение са се удвоили.

Друг сериозен тласък за развитието на този пазара са появата през 2014 г. на баровете Fitness и Nesquik от компанията Nestlé. Те бързо печелят лидерството на пазара поради популярността на марките и широкото разпространение в търговските вериги. През 2016 г. компанията излиза на руския пазар с нова марка барове Cini Minis (под същото име се произвежда и суха закуска). Освен Nestlé, друг голям играч на пазара на зърнени барове е Hero Group с TM Corny. Заедно, през 2016 г. тези компании заемат 73% от пазара на зърнени барове в стойностно изражение, така че този пазар може да се характеризира като силно концентриран.

**Плодови барове с ядки.**

Плодовите барове с ядки са втори по популярност на руския пазар. През 2016 г. в стойностно изражение те покриват повече от една трета от всички продажби на снаксови блокчета в страната. Появата на силни местни играчи през последните 5 години, дава възможност да се разшири асортимента им на пазара и да станат по-достъпни за масовия купувач. Цената на плодовите барове с ядки в магазините незначително се отличава от цената на зърнените блокчета, което привлича потребителите. Интересен фактор, който стимулира потреблението на снаксовите блокчета е разпространяването им чрез ресторанти и кафенета, в самолетите и влаковете. По този начин потребителят има възможност да се запознае с продукта и с конкретна марка.

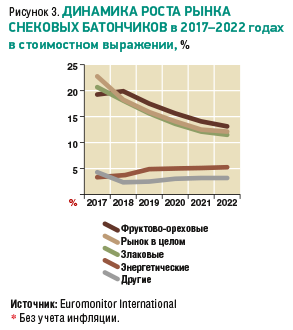
За разлика от пазара на зърнените барове, водещите позиции на пазара на плодови барове с ядки, заемат местните компании. Най-големите компании са: Московската компания ООО «БиоФудЛаб» (Москва, ТМ Bite) и ООО "Продинко" (ТМ Fit&Fruit), а също така ООО «Белое дерево» (Новосибирска обл., ТМ «Фрутилад»), компания «Дары Памира» (Москва, ТМ «Шелковица с Памира») и ООО «Клинские снеки» (Владимирска обл., ТМ Pikki). Освен това, важно място на пазара на тези продукти заема и чешката компания Usovsko Food AS (ТМ Fit).

**Енергийни барове.**

Енергийните барове са само нишов пазар в Русия. Този продукт е насочен към потребители, които водят активен начин на живот, спортуват и търсят допълнителен източник на енергия. На този пазар работят фирми, които са специализирани в производството на спортно хранене и в асортимента си имат протеинови и енергийни барове. Ако протеиновите барове са предназначени за потребители, които съблюдават специален спортен режим на хранене, то енергийните барове са насочени към по-широк кръг от потребители и могат да се използват като лека закуска между основните хранения, преди и след тренировки. В Русия, водещите марки на пазара на енергийни барове, съвпадат с тези на пазара на спортни протеинови барове, а именно: Weider Global Nutrition LLC (ТМ Weider), Atlantic Grupa dd (ТМ Multipower), Glanbia Plc (ТМ Optimum Nutrition) и Well Plus Trade Vertriebs GmbH & Co KG (ТМ Power System). Ето защо, потребителят възприема енергийните барове, като вариант на протеиновите барове, а не като отделен продукт. През 2016 г. съотношението на продажбите на дребно на енергийни и протеинови барове в стойностно изражение е около 2:3.

*Динамика на ръста на снаксови блокчета в периода 2017 – 2022 г.*

*в стойностно изражение, %*



|  |  |
| --- | --- |
|  | плодови с ядки |
|  | пазарът като цяло |
|  | зърнени |
|  | енергийни |
|  | други |

*Източник: Euromonitor International*

Недостатъчното пазарно насищане и нарастващият интерес от страна на купувачите към различните снаксови форми, са основните условия за бъдещ ръст на продажбите на снаксовите блокчета. Също така се очаква ръст в представянето на снаксови блокчета във федералните вериги за търговия на дребно и по-широко използване на каналите за дистрибуция и популяризиране, което благоприятно ще повлияе на популярността на марките и честотата на покупките. Снаксовите блокчета ще продължат да привличат нови потребители, които искат да опитат нещо по-различно от традиционните популярни закуски (бисквити, шоколадови барове и др.). На фона на постоянния ръст на продажбите на собствени търговски марки, като цяло в различни продуктови категории в цяла Русия, се очаква и развитие на собствени търговски марки от най-големите федерални вериги в сегмента на снаксовете. Също така, сред тенденциите, особено трябва да се отбележи големият потенциал на снаксови блокчета за деца. Снаксовете за деца, които могат да се вземат в училище и които имат допълнителни ползи за здравето, имат голям потенциал на търсене от страна на руските родители.

<http://www.foodmarket.spb.ru/>