

АНАЛИЗ ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО РЫНКА МАКАРОННЫХ ИЗДЕЛИЙ

Шапошников И.И., канд. экон. наук

ФГАНУ «Научно-исследовательский институт хлебопекарной
промышленности», Российская Федерация, г. Москва

Аннотация. Макароны являются одним из видов продуктов повседневного спроса, по объему потребления которых Россия входит в пятерку ведущих стран мира. Хотя в целом российское производство характеризуется определенной положительной динамикой в долгосрочной перспективе, в последние годы потребление практически не растет. В этой связи представляет научный и практический интерес проведение анализа тенденций развития мирового рынка макаронных изделий, прежде всего в развитых странах. Проведенное исследование позволило выявить основные драйверы роста спроса на современном этапе – здоровые и инновационные макаронные изделия, сегментирование спроса для детерминированных групп потребителей.

Ключевые слова. Макароны, лапша быстрого приготовления, анализ, рынок, тенденции.

ANALYSIS OF INTERNATIONAL PASTA MARKET DEVELOPMENT TRENDS

Shaposhnikov I.I., Cand. Sc. (Econ.)

FSASI «Scientific Research Institute of the Bakery Industry»,
Russian Federation, Moscow

Abstract. Pasta is one of the staple food products and Russian Federation is including in five leading world countries for its consumption. Though at all Russian pasta production is characterized by positive dynamics in long-time prospect at recent years the pasta consumption has a flat trend. In the connection it has scientific and practice interest to provide an analysis of world pasta market development trends mainly in developed countries. The research enabled to disclose the key market drivers to increase pasta consumption now including health and innovative pasta goods and demand oriented on segments for determined consumer groups.

Keywords. Pasta goods, instant noodles, analysis, market, trends.

Промышленное производство макаронных изделий появилось в Италии в 18-19 веках и распространилось на другие страны. Лапша была популярна в Юго-Восточной Азии с давних времен. После второй мировой войны японский предприниматель Момофуки Андо изобрел способ промышленного производства лапши быстрого приготовления, который распространился не только в азиатских странах, но и во всем мире.

Объем глобального рынка макаронных изделий по состоянию на 2016 г. оценивался в 59,6 млрд долларов США, а к 2023 г. он должен вырасти еще на 11 млн, прежде всего, за счет развивающихся стран [1]. Объем производства

увеличился с 1998 по 2017 г. с 9,1 до почти 15 млн тонн. Наиболее крупным рынком традиционных макаронных изделий является Европа, за ней следуют США и Южная Америка. В производстве и потреблении лапши лидируют страны Юго-Восточной и Южной Азии. Всего макаронные изделия потребляются в более чем 50 странах [2].

По данным Международной организации макаронных изделий (IPO) за 2013 г. [3] лидером по производству и экспорту макаронных изделий является Италия – 3,4 млн т, из них 50 % идет на экспорт. В десятку крупнейших производителей также входят США – 2 млн, Бразилия – 1,2 млн, Турция – 1,2 млн, Россия – 1,14 млн и далее с большим отрывом Иран, Египет, Аргентина, Мексика и Германия. Китай, Япония и другие азиатские страны в этом перечне отсутствуют, так как, видимо не представляют отчетности производства лапши в тоннах. Крупными экспортерами, кроме Италии, являются Турция, Бельгия, Китай, США, Тайланд, Франция, Германия, Австрия и Канада (страны с годовой стоимостью экспорта свыше 100 млн евро).

Наибольшее потребление на душу населения в Италии, где согласно социологическому исследованию компании Доха 63 % макаронные изделия потребляют практически каждый день, еще 27 % – несколько раз в неделю и только 10% – 1 раз или менее [4]. В результате ежегодное потребление на душу населения составляет 23,5 кг. Вслед за Италией следуют Тунис – 16 кг и Венесуэла – 12 кг, а также Греция и Россия – свыше 11 кг, Швейцария – 9,2 кг. США и Аргентина – 8,8 кг, Иран и Чили – 8,5 кг.

Международная Ассоциация лапши быстрого приготовления (WINA) ведет учет производства в порциях без указания веса. Из ее данных [5] по состоянию на 2017 г. наибольшее потребление данного продукта в Китае совместно с Гонконгом – 38970 порций (servings). Далее следуют Индонезия – 12620, Япония – 5660, Индия – 5420, Вьетнам 5060, США – 4130, Филиппины – 3750, Республика Корея – 3740, Тайланд – 3390, Бразилия – 2230 и Россия – 1780.

Крупнейшей компанией-производителем макаронных изделий является базирующаяся в Парме Barilla Group, производящая широкий ассортимент практически для всех групп потребителей, за исключением лапши быстрого приготовления. Другими крупными производителями являются итальянские F.lli Filippo De Cecco Fara S.Martino (паста премиум), Pastificio Lucio Garofalo, Industria Alimentare Colavita, Divella, La Molisana (лидер в производстве цельнозерновой пасты), Pastificio Rana (лидер в производстве свежей и замороженной пасты), Consorzio di Gragnano, объединяющий производителей традиционной пасты коммуны Граньяно – столицы итальянской пасты, международные группы Nestle и Heinz, базирующаяся в Испании международная группа Ebro Foods, американская A.F.Mueller Co, австралийская San Remo Macaroni Company, российская Макфа.

Среди производителей лапши быстрого приготовления могут быть отмечены, созданная М.Андо японская Nissin Food Group, Sanyo Foods Co Ltd, имеющая подразделения в Америке, индонезийская PT Indofood Sukses Makmur Tbk, международные группы Nestle и Unilever, китайские COFCO Group, Jiangxi Chunsi Food Co. Ltd и Shandong Wheatsun Food Co. Ltd., корейская Nongshim

Co., Ltd, тайландская Thai President Foods PCL, вьетнамская Vietnam Food Industries Joint Stock Company (VIFON), российская MOREVEN.

Рынок делится на три основных сегмента:

1. Свежие и замороженные макаронные изделия.
2. Сухие макаронные изделия.
3. Консервированные макаронные изделия.

Макаронные изделия делятся по размеру на длинные и короткие, а по форме на рынке присутствуют более 100 разновидностей. Старейшими являются плоские изделия типа лазаньи.

При этом около 85 % рынка занимают сухие макаронные изделия [6]. В течение длительного времени макаронные изделия рассматривались как продукт ежедневного потребления в странах их традиционного производства. В результате в настоящее время многими потребителями они стали восприниматься как простой источник калорий, лишенный всяких полезных свойств, что сопровождалось распространением «безуглеводных» диет типа диеты Аткинса, и рынок традиционных изделий в Европе и Америке характеризуется понижательной тенденцией. Аналогичная ситуация сложилась на рынке лапши быстрого приготовления. По данным упомянутой выше WINA с 2013 по 2017 г. производство упало на 5,9 %, прежде всего, за счет снижения спроса на крупнейшем китайском рынке. В России по данным Росстата при росте объема рынка в денежном выражении в период с 2010 по 2017 г. на 82,3 % объем потребления остается на уровне немногим более 11 кг в год на душу населения.

Однако в целом на мировом рынке традиционных макаронных изделий по мнению компании The Nielsen Company прогнозируется тенденция незначительного роста примерно на 2,3 % ежегодно [7]. Основными трендами роста рынка являются:

1. Распространение глобальных потребительских стандартов на развивающиеся страны. В этой связи высокими темпами роста характеризуются Турция, Филиппины, Румыния, ЮАР, Камерун и Гватемала. В Азии импорт итальянской пасты увеличили Китай и Саудовская Аравия.

2. Возросший интерес потребителей к здоровым, органическим и экологичным изделиям, к которым макаронные изделия относятся в силу натурального состава, низкой степени переработки продовольственного сырья и хорошим возможностям обогащения различными микронутриентами. Это повлекло за собой замещение снижающегося спроса на традиционные макаронные изделия их более здоровыми и привлекательными для потребителей вариантами.

Реализации последней тенденции активно способствовали производители, озабоченные снижающимся спросом на их продукцию. По инициативе упомянутой выше Международной организации макаронных изделий (IPO) группа ученых составила специальный документ, посвященный здоровым свойствам данной продукции [8], в котором указывается, что паста является ключевым элементом многих традиционных схем мирового питания, в том числе имеющей научное обоснование Средиземноморской Диеты, традиционные блюда с макаронами низкокалорийны, содержат пищевые волокна за счет использова-

ния твердой пшеницы, а сопутствующие продукты представляют собой важный источник полезных нутриентов.

В этих условиях получает развитие спрос в таких секторах как цельнозерновые, безглютеновые, органические и устойчивые (экологичные) изделия, а также продукты с использованием древних зерновых культур (например, полба, камут). Получают определенный рыночный сегмент макаронные изделия с повышенным содержанием пищевых волокон и белка. Так, на рынке Италии объем продаж цельнозерновой пасты достиг 150 млн евро, при том, что ее цена вдвое превосходит традиционный продукт из твердой пшеницы [9].

Отдельный сегмент рынка, который получил определенное развитие, прежде всего, в развитых странах, представляют собой безглютеновые макаронные изделия. Их потенциальные потребители – лица, страдающие целиакией или аллергией на пшеничный белок, которые составляют лишь около одного процента потребителей в зависимости от страны. В вышеуказанном научном сообщении [8] прямо указано, что большая часть населения может есть (нормальную) пасту и не должны выбирать продукты без глютена, если не имеют точно диагностированных нарушений здоровья, связанных с глютеном, т.е. непереносимости или аллергии на глютен либо целиакии. Однако некоторые лица придерживаются специальных диет, что особенно распространено в США и западноевропейских странах и в силу определенных предрассудков рассматривают такие изделия как элементы здорового питания. Среди наиболее распространенных типов этой продукции в Италии могут быть отмечены макаронные изделия из муки риса, кукурузы, бобовых, киноа, гречихи, сои, люпина, аморфофаллус коньяк (азиатское растение, используемое для приготовления лапши) [10].

Проведенный анализ позволяет сделать следующие выводы:

1. Мировой рынок макаронных изделий имеет ограниченный характер и присутствует примерно в 55-60-ти странах, однако характеризуется достаточно большим объемом и умеренными темпами роста.
2. Основными драйверами роста являются расширение рынка в развивающихся странах и рост сегмента здоровой и «зеленой» продукции в развитых странах.
3. Технология производства макаронных изделий предоставляет хорошие возможности для расширения сегментов рынка для детерминированных групп потребителей за счет обогащения микро- и макронутриентами и замены традиционного сырья другими продуктами с заданными свойствами.

Литература

1. Pasta and Noodles Market Size, Analysis Report By Product (Ambient and Noodles, Dried Pasta and Noodles, Chilled Pasta and Noodles), By Region (North America, Europe, Asia Pacific, Latin America, MEA) And Segment Forecasts, 2018 – 2025. URL: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/pasta-noodles-market>.

2. Barilla: Global Pasta Market Overview 2017, Demand By Region, Product Types, Share and Forecast to 2022. URL: <http://www.digitaljournal.com/pr/3553758>.
3. The World Pasta Industry Status Report.-a: URL: <http://www.internationalpasta.org/resources/World%20Pasta%20Industry%20Survey/IPOstatreport2014low.pdf>.
4. Doxa. Pasta, viaggio nella categoria regina dell'alimentare. URL: <https://www.doxa.it/pasta-viaggio-nella-categoria-regina-dell'alimentare/>
5. Global demand for instant noodles. URL: <https://instantnoodles.org/en/noodles/market.html>.
6. Global Pasta Market 2019-2023. URL: <https://www.technavio.com/report/global-pasta-market-industry-analysis>.
7. I nuovi trend salustici i green trainano i consumi globali. URL: https://www.repubblica.it/economia/rapporti/osservazioni/conad/2018/05/17/news/pasta-196648463/?refresh_ce.
8. Health pasta meals. Scientific Consensus Statement. URL: http://www.internationalpasta.org/resources/extra/file/WPC%202010/OW_PastaConsensus_Eng_LONG.pdf.
9. G. Caratenuto. La passione degli italiani? La pasta, specie se integrale. URL: <http://www.ilgiornale.it/news/cronache/passione-degli-italiani-pasta-specie-se-integrale-1435558.html>.
10. Pasta senza glutine: 8 super alternative di mais, riso, quinoa, e grano saraceno. URL: http://www.freesenzaglutine.it/news/pasta-senza-glutine-8-super-alternative-di-mais-riso-quinoa-e-grano-saraceno/?refresh_ce-cp.