

Лучкин А.Г.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА ПЛАВЛЕННЫХ СЫРОВ

*Лучкин Андрей Геннадьевич**, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; 302028, Россия, г. Орел, ул. Октябрьская, д.12; e-mail: petrovala03091957.petrova@yandex.ru

В статье проведен анализ данных о состоянии российского рынка плавленых сыров, а также перспективы развития рынка данного вида молочной продукции. На сегодняшний день российский рынок сыров и сырных продуктов развивается в сложной экономической обстановке, что обусловлено введением продовольственного эмбарго. В результате перед отечественными предприятиями отрасли открылись возможности импортозамещения, что послужило поводом для активного развития российского сыродельного производства.

Ключевые слова: импортозамещение, продовольственное эмбарго, плавленые сыры, отечественные производители.

Увеличение производства отечественных сырных продуктов в современных экономических условиях связано с активным развитием этого сектора пищевой промышленности в результате повышающегося спроса на сравнительно недорогую сырную продукцию при снижении покупательной способности и денежных доходов населения в 2015 году и повышения потребительских цен на твердые сыры в 2016 году. Нарастанию объемов производства в 2015 году также способствовало снижение импортных поставок в результате принятых специальных экономических мер в отношении ряда стран, ранее поставлявших сыры на территорию России. В результате этого перед предприятиями отрасли открылись возможности импортозамещения, при котором эмбарго исключило конкуренцию, связанную с поставкой продуктов европейского производства. В 2014 году объем российского рынка сыра и сырных продуктов составил 810 тысяч тонн, при этом наблюдался рост собственного производства на 13,5% (494 тысячи тонн) и сокращение импорта в этом сегменте на 28 % (316 тысяч тонн).

В 2015 году объем российского рынка сыра и сырных продуктов сократился по сравнению с предыдущим годом на 7,3 %, составив 751 тысячу тонн. Наблюдалось активное увеличение объемов производства на отечественных предприятиях (на 17,6 %, или 581 тысячу тонн) и снижение объемов импорта (на 46 %, или 170 тысяч тонн).

Такая ситуация с импортной продукцией на отечественном рынке плавленого сыра связана с тем, что в 2015 году Россия полностью прекратила сотрудничество с европейскими странами ввиду продовольственного эмбарго. Это привело к тому, что в 2015 году сменились все основные страны-поставщики плавленого сыра на российские прилавки. Основную долю импортируемой продукции в 2015 году на российский рынок плавленого сыра поставляла Бразилия (25,6 %). На продукцию белорусского производства приходится около 23,5 % поставляемых товаров. На третьем и четвертом местах – Уругвай и Турция, их доля уступает первым двум странам и составляет, соответственно, 23,0 % и 18,6 %. На долю других стран приходится 9,4 %. Финляндия, Польша, Литва и Италия, которые в 2013-2014 гг. являлись крупными поставщиками плавленого сыра в Россию, в 2015 году потеряли нашу страну в качестве импортёра [1].

* *Научный руководитель: Петрова Людмила Антоновна, кандидат биологических наук, доцент кафедры товароведения, экспертизы товаров и туризма, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; Россия, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: petrovala 03091957.petrova@yandex.ru*

Однако анализ объемов импорта и стран-поставщиков показывает, что даже активное развитие отечественного сыродельного производства не в силах предотвратить сокращение ассортимента сыров на прилавках магазинов.

Падение доходов населения и рост цен привели к снижению потребления твердых сыров на 20 % в 2015 году по сравнению с 2014 годом. При этом потребление плавленых сыров, напротив, выросло на 12 % [4].

Среди причин снижения уровня потребления сыров можно выделить несколько основополагающих: отсутствие доверия потребителей к качеству новинок, недостаточный уровень развития технологий производства.

Важное значение в сложившейся ситуации имеет отсутствие у современных российских производителей опыта в производстве сыров европейского качества, нехватка которых ощущается на российском рынке.

Анализируя опыт западных коллег, необходимо принимать во внимание специфику современного российского рынка и адаптировать западные тренды.

Западноевропейский рынок сыра крайне насыщен: в течение десятилетий общий объем потребления продукта сохраняется неизменным на уровне одиннадцати килограммов на душу населения. При этом розничная стоимость сыра в Западной Европе увеличивается при тенденции снижения оптовой цены.

Производители сыра в Западной Европе ориентируются на ряд основополагающих критериев: здоровье и благополучие, высокое качество, разнообразие ассортимента, удобство использования.

К восходящим трендам на европейском рынке сыров можно отнести низкое содержание/отсутствие лактозы, низкое содержание/отсутствие глютена, премиальное качество.

Тренд снижения содержания жира в сырах постепенно теряет свою актуальность. Однако на полках магазинов еще достаточно сыров с пониженным содержанием жира, и они пользуются спросом. Это направление позиционирования перспективно для творожных сыров, которые у российского потребителя традиционно ассоциируются с низкой калорийностью и легкостью. Актуален данный тренд и для плавленых сыров, имеющих более доступную цену и широкий круг потребления. Действительно, современные стабилизаторы позволяют производить менее жирные сыры без изменения их органолептических свойств. Снизить калорийность продуктов питания также позволяет использование пищевых волокон. Волокна улучшают консистенцию и структуру; обуславливают повышение устойчивости и сохранение органолептических свойств готового продукта на протяжении всего срока годности. Мир охватила так называемая «белковая мания», заключающаяся в восприятии сыра как натурального источника белка и кальция. Активно растет ассортимент сыров, дополнительно обогащенных белком. При нестабильности сырьевой базы, дефиците или низком качестве молочного сырья одним из наиболее универсальных и технологичных решений может стать использование концентрата молочного белка, поскольку он является полноценным белком, представляющим все фракции белков молока. Концентрат сывороточных белков также повышает уровень белка в продукте и отлично подходит для создания творожных сыров, улучшает структурообразование и вкус готовых продуктов.

В производстве плавленых сыров успешно используется сычужный казеин, который полностью или частично заменяет любой вид молочного сырья – сыр, творог. При производстве сыра особо важную роль играет технология, а, следовательно, диапазон его качества весьма широк. Повышение качества сыра открывает практически неограниченные возможности увеличения его товарной стоимости. При этом в мире постоянно растет группа потребителей, готовых (хотя бы изредка) платить больше за высокое качество. Это актуально и для российского рынка даже в условиях кризиса и при растущей популярности сырных продуктов.

В названиях европейских новинок часто встречаются такие слова, как «пряный», «душистый», «ароматный», «особый», «деревенский» и «пикантный», что подчеркивает

наличие у этих сыров сильного запаха.

В рамках растущей тенденции к увеличению производства сыра с интенсивным запахом в Европе выпускают «винные сыры», а также с 2014 года начали продаваться сыры с ароматами пива, кальвадоса, сидра, коньяка/арманьяка и виски. В 2014 году количество выпускаемых в Европе сыров с разными вкусами увеличилось на 24 %. Самыми популярными при этом остаются вкусы трав и чеснока. Расширение палитры вкусов возможно за счет применения большого ассортимента качественных ароматизаторов. Наиболее востребованными являются следующие вкусы: «сливки», «масло-сливки», «грибы», «ветчина», «шоколад» и так называемые сырные вкусы («сливочный», «Эмменталь», «Гауда», «Чеддер», «Горгонзола» и другие). Использование пищевых красителей позволяет получать сыры и сырные продукты естественных оттенков – от кремового до насыщенного желтого и оранжевого. Красители также применяются для поддержания визуального восприятия деликатесных/закусочных и десертных сыров с различными вкусовыми ингредиентами и добавками (зеленый – с травами, розовый – с ягодным вкусом и другие).

Создание продуктов актуальных форматов возможно благодаря использованию высокотехнологичных стабилизаторов, обеспечивающих нужную структуру и другие свойства продукта, например, термостабильность.

Растет популярность решений по упаковке, обеспечивающих удобство потребления, среди которых:

- совмещение, когда в одной упаковке представлены, например, сыр + орехи/сухофрукты/фрукты/крекеры;
- прозрачность упаковки, чтобы потребитель мог видеть, что он покупает;
- компактность – стоячие пакеты/квадратная форма упаковки – для экономии места на полке и удобства транспортировки;
- многоразовая упаковка с zip-застежкой, клейкой лентой или кромкой.

Как было сказано выше, основным фактором развития российского рынка плавленого сыра в 2014-2015 гг. было продовольственное эмбарго, стимулировавшее рост национального производства. В числе важнейших предприятий отрасли можно выделить: ЗАО «ЯНТАРЬ» из Воронежской области, ОАО «Карат» из Москвы, ООО «Хохланд Руссланд» из Московской области, ОАО «Рязанский завод плавленых сыров», ООО «Лакталис истра» и ООО «Ростагрокомплекс» из Московской области, а также ООО «Валио», зарегистрированное в Санкт-Петербурге.

Наибольший объем производства среди всех федеральных округов приходится на Центральный федеральный округ: во 2 кв. 2016 года там было произведено 18 тыс. т плавленого сыра, что составляет 77 % от совокупного объема. На втором месте с долей 6,5 % находится Уральский федеральный округ. На долю остальных территорий приходится еще меньший объем производства. Наряду с этим российские предприятия показывают устойчивую динамику снижения производства плавленого сыра на протяжении последних 10 месяцев. Объем производства плавленых сыров в январе-июне 2016 года в натуральном выражении сократился на 2 %. Совокупный прирост производства за 2015 год составил 3 %, однако рост пришелся на месяцы с января по август, а всю осень, зиму и весну выпуск снижался до уровня предыдущего года [2].

Сокращение объемов производства плавленых сыров вызвано ростом себестоимости в сочетании с падением спроса со стороны населения: реальные доходы за 2015 год сократились на 4 %, произошел переход к сберегающей модели потребления. За первое полугодие 2016 г. их спад составил 4,5 %.

Себестоимость производства плавленого сыра всех ценовых категорий значительно возросла: необходимое сырье, в первую очередь сухое молоко и сливочное масло, ранее ввозившееся из-за рубежа, либо попало под эмбарго, либо значительно подорожало. Российские производители сырья до сих пор не справляются с объемом заказов и не всегда в состоянии обеспечить достаточное качество продукции. Как следствие, стоит отметить увеличение роз-

ничной цены на плавленый сыр, в период 2013-2016 гг. она росла в среднем на 14,2 % ежегодно. За период январь-июль 2016 года средняя розничная цена по стране уже выросла на 6,1 % к уровню прошлого года и в июле составила 286,8 руб./кг. Отпускные цены на плавленые сыры в текущем году также различаются по федеральным округам РФ. Самые высокие розничные цены на плавленые сыры в Дальневосточном федеральном округе (на 34,9 % выше средней по РФ). Самый низкий уровень розничных цен отмечен в Южном федеральном округе (на – 25,7 % ниже средней по РФ) [3].

Рост средних розничных цен на плавленый сыр также связан с увеличением объёма спроса на данный вид товара, поскольку он находится в ценовой категории ниже, чем твёрдые сыры. Кроме того, эксперты утверждают, что плавленый сыр занимает устойчивое положение на рынке, т.к. является продуктом вторичной переработки, а производство не зависит от сезона. В настоящий момент цены значительно замедлили свой рост, что является положительной тенденцией.

Поскольку в мае 2016 г. стало известно о предполагаемом продлении режима контрсанкций до декабря 2017 года, на внутреннем рынке сохраняются предпосылки для положительной динамики роста производства и продаж плавленых сыров российских предприятий. По мнению специалистов, в среднесрочной перспективе у данного вида продукции есть хороший потенциал, обусловленный совершенствованием технологии производства, дальнейшим ростом потребительских стандартов и модернизацией образа жизни. При этом борьба за платежеспособную аудиторию должна вестись сразу на всех уровнях: начиная со стабильного качества продукта и заканчивая грамотным позиционированием, работой над имиджем товара и самого производителя.

Список литературы:

1. Обзор российского рынка Russian Food & Drinks Market Magazine [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.foodmarket.spb.ru/current.php/>.
2. Официальная статистика Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – <http://www.gks.ru/>.
3. Маркетинговые исследования компании «Маркет Аналитика» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.marketanalitika.ru/>.