

Т.Ф. Киселева, А.А. Маслов

СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО И РЕГИОНАЛЬНОГО СОКОВОГО РЫНКА

В статье описаны особенности сокового рынка в современных условиях РФ: его объем, ценовые уровни, участники и тенденции развития, как в масштабе РФ, так и в СФО.

Рынок соков, ценовые уровни, участники рынка.

Соки из фруктов и овощей являются неотъемлемой частью рациона здорового питания человека. Причиной важного значения группы «Соки, нектары и сокосодержащие напитки» является то, что, помимо их хорошего вкуса и аромата, эффективного утоления жажды, они имеют высокую пищевую ценность за счет использования для их производства фруктов, ягод и овощей, значение которых для здорового питания исключительно важно.

Мировое потребление соков ежегодно увеличивается, что делает инвестиции товаропроизводителей в этот рынок привлекательными, особенно в условиях развивающихся потребительских рынков, к которым относится и рынок России. На основании имеющихся данных целесообразно сделать прогноз потребления соков, нектаров и сокосодержащих напитков на краткосрочный период – величина ежегодного потребления соков в мире составит к 2010 г. 41,2 млрд л.

В отличие от темпов наращивания объемов производства соков на глобальном рынке, в особенности на потребительских рынках экономически развитых стран, в условиях молодой экономики России данный рынок развивается с 2005 г. высокими темпами. Динамика производства соков в России приведена на рис. 1 [1, 2].

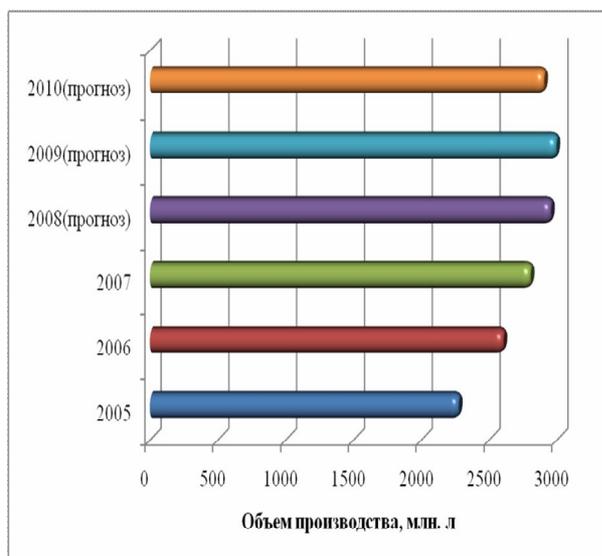


Рис. 1. Динамика объема производства соков, нектаров и сокосодержащих напитков в России

За период с 2005 по 2007 гг. объем производства соков в России увеличился более чем на 20 %, т.е.

рост составил по 7 % ежегодно. При этом темпы роста объема производства соков в России на прогнозируемый период будут замедляться год от года – от 10 % в 2008 г. до 1,4 % - в 2009 г., а к 2010 г. рост рынка соков прекратится. Это означает, что к 2010 г. завершится формирование анализируемого рынка. По оценкам экспертов в настоящее время производственные мощности сокового рынка РФ в 2 раза превышают уровень спроса - общая мощность всех российских заводов по производству соков оценивается в 3,5 млрд. л в год. Дальнейшее его развитие станет возможным только за счет инновационной активности товаропроизводителей путем повышения пищевой ценности производимых ими напитков для целевых потребителей. При этом объемы рынка в денежном выражении будут ежегодно возрастать, несмотря на стабильность физического объема.

Текущая ситуация потребления соков в России по сравнению с аналогичным показателем европейских стран складывается как существенное отставание Российского потребительского рынка от экономически более развитых стран Европы (16 л в год для российского потребителя против 28 л для европейского) – таким образом величина потребления сока россиянами на 43 % ниже аналогичного показателя жителя европейских стран.

Одновременно следует заметить, что в крупнейших российских мегаполисах, например, в Москве и Санкт-Петербурге анализируемый показатель уже в настоящее время находится на европейском уровне – 35 и 30 л в год соответственно [3]. Это свидетельствует не только о реалистичности прогноза роста объема среднестатистического потребления сока в России, но также о зависимости этого показателя от уровня среднестатистического дохода, который по оценкам экономистов в мегаполисах как раз в два и более раз в российских регионах меньше, чем в указанных мегаполисах.

Одной из альтернатив, смягчающей влияние фактора доходности населения на уровень потребления соков в стране, является снижение себестоимости готовых напитков за счет производства на соковой основе аналогичных по вкусу и пищевой ценности напитков, но с меньшей долей натурального сока – нектаров и сокосодержащих напитков. Эти товарные группы существенно снижают ценовой барьер для населения с невысоким уровнем достатка. Они своим появлением обязаны внедрению в практику сокового производства в 2001 г. соответствующего государственного стандарта, определившего терминологические и рецептурно-технологические отличия трех

групп – соков, нектаров и сокосодержащих напитков в структуре сокового рынка России.

Введение новых стандартов привело к тому, что широко известные товарные марки соков, которые позиционировались в премиальном ценовом сегменте, стали участниками более низкого – выше среднерыночного, лишившись тех своих эмоциональных преимуществ, за счет которых они успешно заняли свои позиции на рынке. Ситуацию в структуре рынка соков по типам обсуждаемых напитков можно проиллюстрировать, используя рис 2.

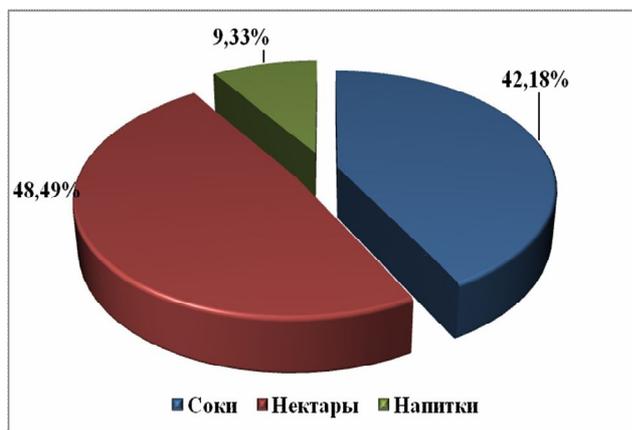


Рис. 2. Распределение рынка соков по типу напитков

На долю соков приходится меньше половины суммарного товарооборота российского сокового рынка (42 %). Новая категория – нектары, несмотря на свой младенческий рыночный возраст, активно развиваясь, уверенно занимает 48 % долю в суммарном товарообороте. Такая ситуация подтверждает ранее высказанную гипотезу о том, что нектары по своей сути, как более дешевый заменитель сока, не только востребованы на рынке, но и приносят своим товаропроизводителям достаточную прибыльность. Следует также заметить, что доля сокосодержащих напитков в суммарном товарообороте сокового рынка очень мала в сравнении с двумя ранее указанными категориями – чуть более 9 %.

Структура рынка соков в Сибирском федеральном округе (СФО) представлена всеми четырьмя лидерами сокового рынка (рис. 3).

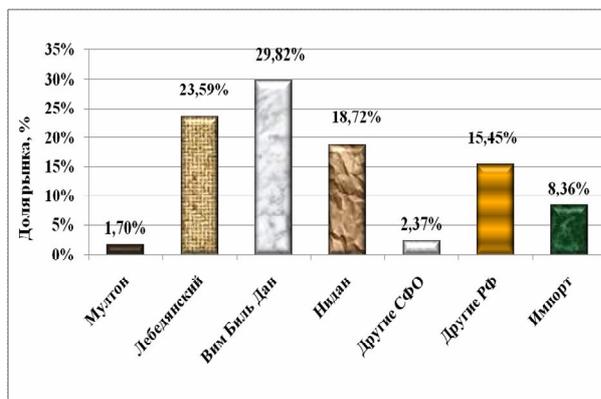


Рис. 3. Структура регионального рынка соков по товаропроизводителям

Отличительной особенностью регионального рынка соков является отсутствие явного лидера. Три крупнейших товаропроизводителя - ЗАО «Вимм-Билль-Данн» («ВБД»), ОАО ЭКЗ «Лебединский» и ООО «Нидан-Фудс» имеют примерно равные рыночные доли, в совокупности составляющую 72 %.

2008 год сыграл определяющую роль для сибирского рынка соков. Сегодня Сибирский регион становится одним из самых интересных для производителей сока в России - на долю Сибирского региона приходится около 10 % объема российского товарооборота. К тому же на фоне стабилизации сокового рынка в целом по России, рынок соков в Сибирском федеральном округе имеет огромный потенциал - объемы товарооборота соков в этом регионе продолжают увеличиваться.

Как указывалось ранее, ценовой фактор оказывает существенное влияние на потребление соков и проявляет свое действие тем активнее, чем ниже уровень доходов населения страны. Учитывая это обстоятельство, товаропроизводители соков разрабатывают структуру своего торгового предложения, дифференцируя ее по ценовым уровням. Такой дифференцированный подход к производству соков позволяет компаниям-лидерам сохранять свои лидирующие позиции, снижая риск потери лояльности своих покупателей за счет манипулирования ценами в границах одной ценовой категории.

Рынок соков разделен на пять ценовых сегментов, региональная рыночная доля которых в суммарном товарообороте проиллюстрирована на рисунке 4.

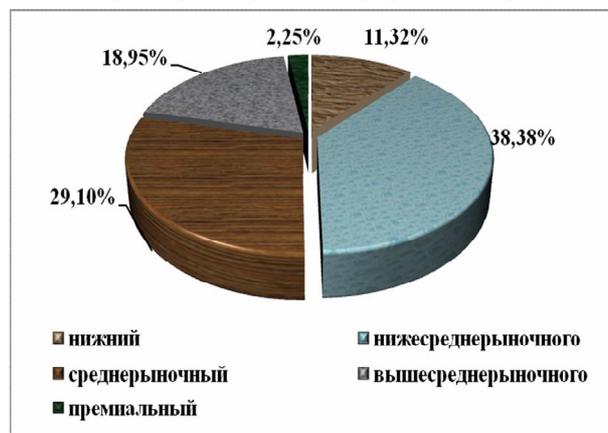


Рис. 4. Структура регионального рынка соков по ценовым сегментам

Доминирующее значение в суммарном товарообороте регионального сокового рынка занимает ценовой сегмент ниже среднерыночного (от 31 до 45 руб. за 1 л напитка). Его доля в настоящий период времени составляет 38,8 %. Именно этот сегмент является барометром состояния и тенденций развития рынка соков. Самую большую долю товарооборота в этом сегменте имеют товаропроизводители соков компании «Нидан» и «ВБД». На их долю приходится 77,5 % товарооборота. Оставшиеся 22,5 % товарооборота практически поровну делят между собой компания ЗАО «Лебединский» и другие отечественные производители соков. То, что сибирская компания «Нидан» занимает на региональном рынке 36,5 % товарооборота свидетельствует о лояльности покупа-

телей к продукции этой компании, с одной стороны, и умелом владении каналами распределения с целью повышения уровня доступности своих товаров местным потребителям, с другой. Основные товарные марки этого ценового сегмента: морсы «Любимый Сад» («ВБД»), «Моя семья» («Нидан»); напитки «Моя семья» («Нидан»), «Любимый сад» («ВБД»), «Фрустайл» (ОАО «Лебедянский») соки и нектары «Моя семья» («Нидан»), «J7» и «Добрый» («ВБД»), «Долька» (ОАО «Лебедянский»), «ВВ» («ВБД»), «Тонус» и «Фруктовый Сад» (ОАО «Лебедянский»). Соки товарных марок ценового сегмента ниже среднерыночного ориентированы на потребителей, имеющих высокую потребность присоединения - необходимость ощущать свою принадлежность к вполне определенной социальной группе. Представители целевой аудитории товарных марок, входящих в этот сегмент, принимая решение о покупке, ориентируются на цену, вследствие чего легко переключаются с одной товарной марки на другую в поисках лучшего варианта покупки.

Изменение рыночной доли этого сегмента в сторону увеличения свидетельствует о том, что расширение рынка соков происходит в основном за счет привлечения новых покупателей, в том числе и с помощью таких приемов, как замена доли соков в товарном предложении на более экономичные по цене – нектары и сокосодержащие напитки. Очевидно, что новые покупатели, начинающие потреблять соки не как праздничный продукт, а ежедневно, покупают именно недорогие товарные марки.

Другой особенностью динамики структуры регионального рынка соков является невысокая рыночная доля нижнего сегмента (менее 30 руб. за 1 л) 11,3%. Такое состояние соответствует распределению рыночной доли участников российского рынка соков, характерному для консолидированного рынка (малой численности его лидеров, стремящихся обеспечить эффективность своей производственной деятельности, в том числе за счет исключения мало доходных товарных артикулов). Основным производителем сока сибирского региона – компания «Нидан», которая достаточно популярна в регионе, является лидером именно в этой ценовой категории напитков.

Доля среднерыночного ценового сегмента (от 45 до 50 руб. за 1 л) составляет на региональном уровне около 30 %. Это можно объяснить тем, что в этом ценовом сегменте работают все товаропроизводители, в том числе регионального уровня.

Доля сегмента выше среднерыночного на региональном рынке составляет 18,95 %. В сегменте выше среднерыночного работают все товаропроизводители соков, как глобальные, так и небольшие российские предприятия. Причем следует отметить, что в этой ценовой категории наиболее активно работают местные производители соков, на долю которых приходится 8,7 % регионального товарооборота сокового рынка. Компания «Нидан» занимает в этом ценовом сегменте значительно меньшую долю (11,1 %), но значительно увеличивается доля импортируемых соков, производимых зарубежными компаниями. Они составляют 21,7 % товарооборота регионального рынка соков. В эту ценовую категорию входят следующие товарные марки: морсы «Я» (ОАО «Лебедянский»), «Чудо ягода» («ВБД»); напитки «Сантал» («Palmalat»), «Я» (ОАО «Лебедянский»); соки и нектары «Каприз» («Нидан»), «Rich» (ЗАО «Мултон»), «Мистер Джус» и «Я» (ОАО «Лебедянский»), «Золотая Русь» («Сады Придонья»).

Доля премиального сегмента в структуре регионального рынка сока крайне мала и составляет чуть больше 2 %. Этот сегмент представлен зарубежными товаропроизводителями, позиционирующими свою продукцию в премиальной категории соков прямого отжима.

Таким образом, российский и региональный рынок соков поделен между лидерами по географическим районам, в которых эти товаропроизводители пытаются пересмотреть структуру рынка в свою пользу. С этой целью они представляют свои товарные марки в различных ценовых сегментах, ориентируясь на целевых покупателей конкретного региона. Такой дифференцированный подход к производству соков позволяет компаниям–лидерам сохранять свои лидирующие позиции, снижая риск потери лояльности своих покупателей за счет манипулирования ценами в границах одного ценового уровня.

Список литературы

1. Кайшев, В.Г. Итоги работы пищевой и перерабатывающей промышленности в 2007 г., проблемы, перспективы /В.Г. Кайшев // Пищевая промышленность, 2008. - № 3. – С. 6-13
2. Киселева, Т.Ф. Исследование структуры рынка соков, нектаров и сокосодержащих напитков РФ /Т.Ф. Киселева, А.А. Маслов // Практический маркетинг, 2006. - № 12 (118). – С. 31-34
3. Киселева, Т.Ф. Формирование технологических и социально значимых потребительских свойств напитков: теоретические и практические аспекты / Т.Ф. Киселева. Кемерово. - 2006. - 270 с

ГОУ ВПО «Кемеровский технологический институт
пищевой промышленности»,
650056, Россия, г. Кемерово, Бульвар Строителей, 47

SUMMARY

T.F. Kiselyova, A.A. Maslov

Condition and tendencies of development Russian and regional juice the market

In article features Juices market in modern conditions of the Russian Federation are described: his volume, price levels, participants and tendencies of development both in scale of the Russian Federation, and in SFO
The market of juices, price levels, participants of the market.