

АНАЛИЗ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ СОКОВОГО ПРОИЗВОДСТВА В РОССИИ

Л.А. Маюрникова, С.В. Ремизов

Представлен анализ рынка соковой продукции, определены основные производители соковой продукции. Рассмотрена технологическая особенность производства соковой продукции в настоящее время, также описана сырьевая база, на основе которой строится производство. Показана возможность использования малых инновационных предприятий для производства соковой продукции на основе отечественного сырья.

Ключевые слова: соковая продукция, малые инновационные предприятия, сырьевая база, фрукты, овощи, ягоды.

Известно, что соки из фруктов и овощей являются неотъемлемой частью рациона здорового питания человека. Причиной пристального внимания к группе «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 положительно.

Натуральный сок, таким образом, представляет собой жизненно важный продукт питания, при этом имеет высокую стоимость, что весьма ограничивает объемы его потребления.

Согласно федеральному закону № 178 от 27 октября 2008 года, четко разграничиваются следующие термины:

- сок (прямого отжима, восстановленного);
- фруктовый и (или) овощной нектар;
- фруктовый и (или) овощной сокосодержащий напиток;
- морс;
- фруктовое и (или) овощное пюре и др.

Сок - жидкий пищевой продукт, который несброжен, способен к брожению, получен из съедобных частей доброкачественных, спелых, свежих или сохраненных свежими либо высушенных фруктов и (или) овощей путем физического воздействия на эти съедобные части и в котором в соответствии с особенностями способа его получения сохранены характерные для сока из одноименных фруктов и (или) овощей пищевая ценность, физико-химические и органолептические свойства.

Сок прямого отжима - сок, произведенный непосредственно из свежих или сохраненных свежими фруктами и (или) овощей путем их механической обработки.

Восстановленный сок - сок, произведенный из концентрированного сока или концентрированного сока и сока прямого отжима и питьевой воды.

Фруктовый и (или) овощной нектар - жидкий пищевой продукт, который несброжен, способен к брожению, произведен путем смешивания сока, и (или) фруктового и (или) овощного пюре, и (или) концентрированного фруктового и (или) овощного пюре с питьевой водой с добавлением сахара, и (или) сахаров, и (или) меда, подсластителей или без их добавления [1].

Объем мирового потребления соков и сокосодержащих напитков представлен на рисунке 1, из которого следует, что темпы его роста невелики, но тем не менее наблюдается устойчивая положительная тенденция роста. Динамика роста, которую демонстрирует рынок потребления соков, делает инвестиции товаропроизводителей в него весьма привлекательными, особенно в условиях развивающихся потребительских рынков, к которым относится и рынок России.

В свое время, соковая продукция в Советском Союзе была представлена соками и нектарами, полученными из местного сырья путем прямого отжима. Соки разливали в основном в стеклянные банки емкостью 1 и 3 литра, технологией пастеризации был горячий розлив. Технологии восстановления соков из концентратов практически не применялись. Ограниченный ассортимент местного сырья порождал ограниченный ассортимент соковых продуктов, в результате большую часть рынка составляли продукты на основе яблока и томата.

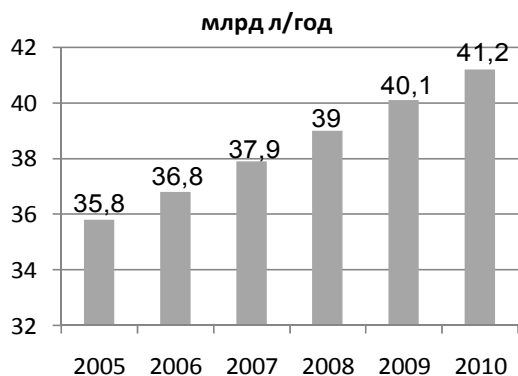


Рисунок 1 - Динамика объема мирового потребления соков

Приход западного капитала и технологий вызвали рост современного производства и дистрибуции в самой России. В настоящее время полет мысли производителей не ограничивается, какими либо технологическими и сырьевыми рамками. Технология производства за последние 20 лет изменилась кардинальным образом. Изменился тип упаковки,

принцип производства, а так же сырьевая база. На данном этапе весомая доля рынка принадлежит транснациональным компаниям, которые в свою очередь производят продукцию по зарубежным технологиям из импортного сырья. В технологическом отношении многочисленные предприятия данных компаний являются всего лишь линиями розлива и только в отдельных случаях являются предприятиями с полным циклом производства в начале производственной цепи, которого стоит свежее фруктовое или плодово-овощное сырьё.

Из приведенной выше таблице видно, что основной доход от производства соковой продукции на территории РФ принадлежит транснациональным компаниям. На рисунке 2 представлены доли различных компаний на рынке соков и напитков, в России. Из диаграммы заметно, что более 90 % (90,1 %) рынка соковой продукции занимают компании гиганты, доля мелких региональных компаний не превышает 10 % (9,9 %).

Таблица 1 – Крупнейшие предприятия рынка соковой продукции

Компания	Некоторые популярные бренды	Всего брендов	Держатель контрольного пакета акций
ОАО «Нидан Соки»	Да, Моя семья, Сокос, Саприс	6	European refreshments (дочерняя компания The Coca-Cola Company)
ЗАО «Мултон»	Nico, Rich, Добрый	6	The Coca-Cola Company
ОАО «Лебедянский»	Тропикана, Я, Тонус, Фруктовый сад	11	Pepsi Co.
ОАО «Вимм – Билль – Данн»	100%Gold, Любимый, J7	19	Pepsi Co.

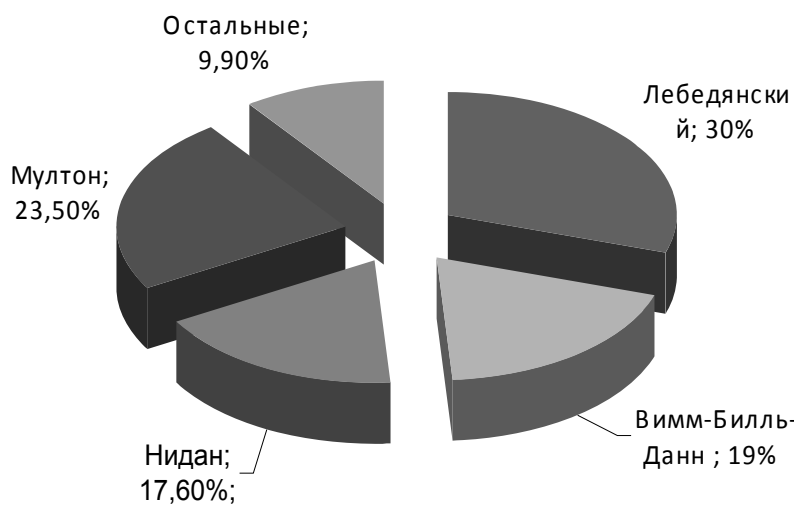


Рисунок 2 - Доли различных компаний на рынке соков и напитков, в России

АНАЛИЗ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ СОКОВОГО ПРОИЗВОДСТВА В РОССИИ

Зарубежное сырье формирует предложение. Российские производители соков практически полностью зависят от зарубежных поставщиков соковых концентратов. Отечественные же переработчики в виду отсутствия технологий и сырьевой базы не могут удовлетворить спрос даже на те виды соковой основы, для производства которой используются фрукты, овощи и ягоды, растущие в России (яблоки, груши, томаты, морковь, слива, вишня, клубника и др.).

В России производится большей частью кислый яблочный концентрат, однако его нужно купажировать со сладким, который поставляется большей частью из Китая и Ирана. Местным переработчикам яблок под силу удовлетворить не более 50% внутреннего спроса на кислый яблочный концентрат - часть его ввозится из Белоруссии, Молдавии и Украины. При этом российское сырье высоко ценится в Европе. Несмотря на дефицит этого концентрата на внутреннем рынке, отечественным производителям сырья выгоднее продавать свою продукцию за рубеж, где за него платят больше. И так на сегодняшний день по различным источникам доля импортного сырья составляет от 80 до 85 % против 20 – 15 % отечественного соответственно.

Соковый концентрат — биржевой товар. Поэтому многие крупные производители предпочитают покупать его в Роттердаме, где в огромных хранилищах посредством блендирования и купажа состав концентратов доводится до стандартных показателей.

В прошлом году цены на соковые концентраты в мире выросли, что привело к увеличению себестоимости сока в пакете, которая сейчас составляет 58-60% отпускной цены.

Результаты исследования мирового рынка, проведенные SIG Combiblock, показали, что в последние полтора-два года 45% потребителей интересуются прежде всего полезностью продукта. Поэтому производители соков и нектаров позиционируют свою продукцию как неотъемлемый элемент здорового питания: детально разъясняют, сколько витаминов и микроэлементов в нем содержится, и с помощью рекламы формируют у потребителя убеждение, что использование соков в рационе питания является частью здорового образа жизни. Между тем даже поверхностное ознакомление с этапами пути, который проделывает “полезный продукт” от плантации до магазинной полки, заставляет покупателя задуматься, что полезного может остаться в соке после обработки, транспор-

тировки, охлаждения, нагрева при пастеризации и длительного хранения. [2].

Сегодня Россия занимает 4 место в мире по объемам производства соков. Согласно данным службы государственной статистики, объемы производства соковой продукции в России в 2010 г. составили немногим более 3 133 млн. условных банок.

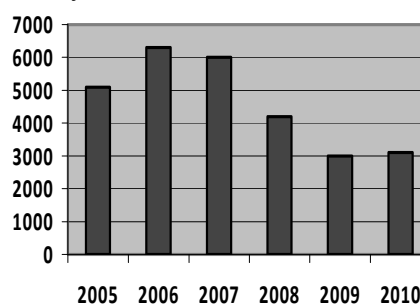


Рисунок 3 - Динамика производства соков в России, млн. условных банок

Не смотря на высокий темп развития данного сектора производства среднестатистический объем потребления, не превышает 20 литров в год. По данным службы государственной статистики доля потребления овощной от рекомендуемой нормы около 50 % а фруктов порядка 80 % (средние данные). На рисунке 4 представлены данные о потреблении соков в различных странах.

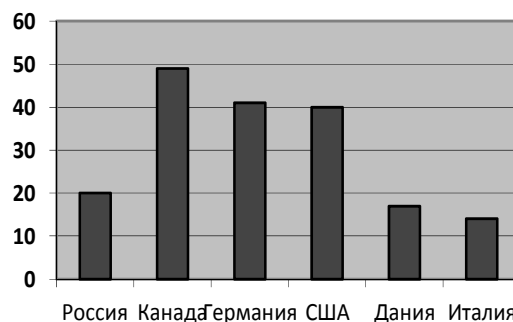


Рисунок 4 - Потребление соков в различных странах, литров на человека в год

Анализируя вышеизложенного показал, что существует проблема дефицита в рационе питания фруктовой и особенно овощной продукции. Не взирая на высокие темпы развития, в последние годы данного сектора производства пищевых продуктов доля потребления соковой продукции, не превышает 20 литров в год на человека. Порядка 90 % рынка захвачено транснациональными компаниями, которые производят соки по своим

технологиям на основе импортного сырья. Концентрированное сырьё производится в Европе, Китае а также в странах центральной и Южной Америке.

Динамика потребления соков стабильная и имеет устойчивую тенденцию роста, это свидетельствует о том, что спрос на соки в последующие годы будет расти (рисунок 5). В

след за ростом потребления растут и цены на продукцию, что в свою очередь приводит к увеличению товарооборота (рисунок 6). [3] Ежегодное повышение цен связано с использованием импортного сырья которое приобретается на биржевых торгах за валютные единицы.

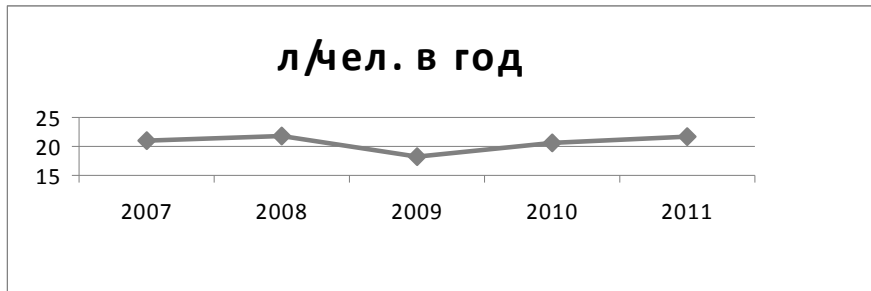


Рисунок 5 - Динамика потребления соков в России

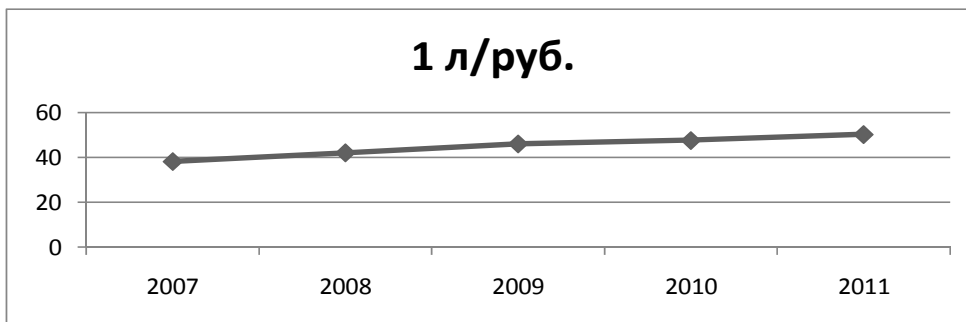


Рисунок 6 - Динамика изменения розничных цен на соки в России

На сегодняшний день импортный концентрированный сок является сырьевой базой производства соков в России. Между тем экономические расчеты, показывают, что, например, по яблочному соку дешевле было бы восстанавливать отечественный концентрированный сок. Конечно, это утверждение имеет пространственные ограничения: например, для Владивостока всегда выгоднее будет покупать концентрированный сок в Китае. Но для многих регионов собственная сырьевая база по ряду виду фруктов вполне возможна и экономически оправдана. Однако в «Государственной программе развития сельского хозяйства на 2008-2012 гг.» виноградарству и садоводству уделено довольно скромное место. Декларируется нацеленность на обеспечение перерабатывающей промышленности сырьем. Но эксперты оценивают предлагаемые меры как правильные, но недостаточные для импортозамещения

сырьевой базы соковой отрасли. Площадь садов в СССР была десятки, а то и сотни тысяч гектар. В рамках госпрограммы намечено за пять лет (2008-2012 гг.) увеличить площадь закладки многолетних насаждений на 47,2 тыс.га.

Ввиду сложившейся ситуации на рынке для предоставления качественных соковых продуктов необходимо внедрение современных научных исследований. Целью данных исследований должна являться разработка технологий производства конкурентоспособных соковых продуктов, которые в свою очередь должны отвечать следующим требованиям:

- производится из отечественного сырья, доля которого должна составлять 90-100 %;
- иметь конкурентоспособную цену;
- качественно отличаться от имеющихся аналогов (наличие функциональных свойств);

АНАЛИЗ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ СОКОВОГО ПРОИЗВОДСТВА В РОССИИ

-не содержать в своем составе синтетических пищевых добавок;

-иметь длительные сроки хранения.

Данная задача осуществима в условиях малых инновационных предприятий. Основная деятельность данных предприятий направлена на внедрение и апробацию научных разработок в производство. Взаимодействие малых предприятий с научными объектами (НИИ, профильные вузы) позволяет в короткие сроки разработать продукт, подтвердить его новые качественные характеристики и внедрить в серийное производство.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Федеральный закон «Технический регламент на соковую продукцию из фруктов и овощей» от 27 октября 2008 года № 178-ФЗ. – М.: Изда-

тельско-книготорговый центр «Маркетинг», 2008. – 30 с.

2. Беликов, О.Г. Из чего делают сок в пакетах – режим открытого доступа <http://www.dietplan.ru/pitanie/pake/>

3. BusinessStat. Анализ рынка соков и нектаров в России в 2006-2010 гг, прогноз на 2011-2015 гг, 2010. – 153 с.

4. Федеральная служба государственной статистики – режим открытого доступа <http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat/rosstatsite/main/>

Маюрникова Л.А., д.т.н., зав. кафедрой «Технология и организация общественного питания ФГБОУ ВПО КемТИПП, тел.: 8(3842) 39-68-56;

Ремизов С.В., аспирант кафедры «Товароведение и управление качеством» ГОУ ВПО КемТИПП, тел.: 8(3842) 39-68-53.