

Молочная продукция всегда пользовалась особым спросом у россиян. Одним из популярных продуктов на сегодняшний день является сметана. В нашей стране ее стали производить на продажу уже в XVI веке. Сметану можно считать русским национальным продуктом, и аналогов ей в мире практически нет. Вплоть до XX века она не была известна никому за пределами нашей страны. И лишь после Второй мировой войны сметану стали экспортировать за рубеж. В настоящее время предлагаемый ассортимент расширяется за счет появления новых образцов продукции с различными наполнителями и разной жирности. Одними из факторов, влияющих на данную тенденцию, являются насыщенность российского рынка сметаны и высокая конкуренция среди производителей.

*Анастасия Птуха, председатель совета директоров ГК StepbyStep
Мерзлякова Татьяна, менеджер по маркетингу ГК StepbyStep*

ЛАКОМОЕ МЕСТЕЧКО НА РЫНКЕ СМЕТАНЫ

ОСТАЛОСЬ ЛИ МЕСТО НА РЫНКЕ?

Среди главных факторов, регулирующих российский рынок сметаны, выделяют состояние сырьевой базы. Сырьем для ее производства является молоко. С 2002 года производство молока сократилось во всех хозяйствах России – с 33,5 млн тонн до 31,9 млн тонн в 2012 году. Таким образом, если проанализировать динамику производства молока за последние десять лет, то падение производства составило около 4 – 5%. Стоит отметить, что в 2011, 2012 годах наблюдался рост выпуска продукции. В 2012 году производство выросло на 3,5% по сравнению с 2011 годом. Но, тем не менее, по прогнозам аналитиков, текущий рост будет носить краткосрочный характер.

Молочная промышленность по-прежнему функционирует в условиях дефицита ресурсов сы-

рого молока. Тем не менее, если рассматривать динамику развития отечественного рынка сметаны, можно отметить положительные тенденции. В настоящее время в нашей стране функционирует более 3000 молокозаводов и комбинатов, а также множество частных мини-заводов. В результате сметана на прилавках магазинов представлена в изобилии.

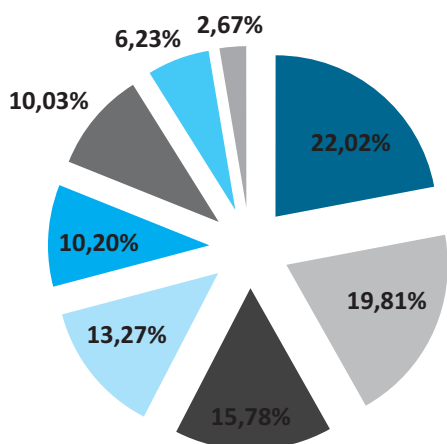
Эксперты рынка отмечают, что степень насыщенности рынка составила 102,16%. В соответствии с приказом Министерства здравоохранения и социального развития РФ от 2 августа 2010 г. № 593н рациональный объем потребления сметаны на одного человека в год составляет почти 4 кг в год. В 2012 году объем потребления сметаны на душу населения

Группа Компаний StepbyStep – исследовательская и консалтинговая группа, предоставляющая услуги в области управленческого, инвестиционного и маркетингового консалтинга, маркетинговых и социологических исследований. Среди заказчиков и российские, и зарубежные компании, представители бизнеса, муниципальные образования Российской Федерации. ГК StepbyStep создана в 2000 году. Сегодня в нее входят: маркетинговое агентство StepbyStep, Аналитический центр StepbyStep, StepbyStep Консалтинг, StepbyStep Брендинг, StepbyStep Недвижимость, Call-центр MarketPhone.

ния составил 4,09 килограмма. Таким образом, российский рынок не готов к принятию новых игроков в связи с высокой насыщенностью и тем, что в настоящее время в нашей стране достаточно производственных предприятий, способных удовлетворить спрос потребителей на данный продукт.

Отечественное производство сметаны с 2002 по 2012 год выросло с 386,75 тыс. тонн до 582,82 тыс. тонн. Таким образом, средний темп прироста объемов российского производства сметаны составил 4,30% в год.

В региональной структуре Российской Федерации наибольшая доля в производстве сметаны в 2012 году принадлежала Центральному федеральному округу и составила 22,02%. На долю производителей Приволжского федерального округа приходилось 19,81% российского производства сметаны, на долю производителей Дальневосточного ФО – 2,67%. (На диаграмме 1 представлено процентное соотношение производства сметаны в России по всем федеральным округам).



■ ЦФО ■ ПФО ■ СФО ■ СЗФО ■ ЮФО ■ УФО ■ СКФО ■ ДФО

Диаграмма 1. Региональная структура производства сметаны в 2012 году, %
(Источник: ГК Step by Step, 2013 год).

**В СТРУКТУРЕ ИМПОРТА СМЕТАНЫ
НАИБОЛЬШАЯ ДОЛЯ ПРИХОДИТСЯ
НА ФИНЛЯДИЮ – 69,78% В НАТУРАЛЬНОМ
ВЫРАЖЕНИИ И 77,77% – В СТОИМОСТНОМ
ВЫРАЖЕНИИ.**

На сегодняшний день специалисты ГК Step by Step выделяют некоторые тенденции в производстве сметаны, в частности:

1. применение ускоренного способа производства сметаны;
2. расширение ассортимента (появление новых видов сметаны, добавление различных наполнителей и ингредиентов в виде фруктов, злаков и т. д.);
3. увеличение числа производителей термостатной и ацидофильной сметаны (термостатная сметана в настоящее время является продуктом премиум-класса. применяется в основном при выработке сметаны с низким содержанием жиров).

Как уже было сказано, ассортимент сметаны постоянно расширяется. Так, за последние годы разработаны новые виды сметаны, в том числе:

- «Сметана» ТУ 9222 -355-00419785-04;
- сметана с наполнителями ТУ 10.02.859-90;
- сметана, обогащенная бифидобактериями «Бифидок» ТУ 9222 -007-16414608-01;
- паста сметанная бутербродная ТУ 9222 -358-00419785-04;
- сметана, обогащенная йодированным белком, ТУ 9206 -007-48363077-05, и т. д.

В связи с тем, что производителей сметаны в нашей стране более чем достаточно, им необходимо привлекать к своей продукции внимание потребителя и выделять ее среди аналогичных товаров. Одним из маркетинговых инструментов является упаковка. В настоящее время для производства упаковочной тары используется полиэтилен, бумага, пластик и стекло. В основном при выборе молочной продукции потребитель отдает предпочтение пластиковой упаковке. В данном случае на первое место выходят удобство и привлекательность товара для потребителя, легкость транспортировки, меньшие экономические затраты.

Одними из самых распространенных видов упаковки для сметаны являются:

¹ <http://www.doy-pack.ru/>

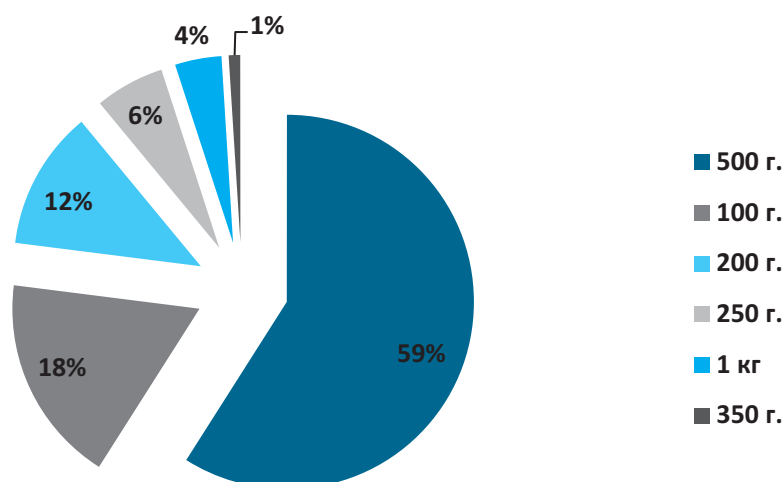


Диаграмма 2. Доля продаж сметаны в упаковках различного объема, %
(Источник: ГК Step by Step, 2013 год).

- термосвариваемые ПЭ пакеты;
- пластиковый стакан;
- картонная упаковка Pure Pak;
- упаковка «дой-пак» – потребительская тара из гибких термосвариваемых упаковочных материалов с устойчивым (при наполнении продуктом) дном¹;
- стеклянная баночка.

В данный момент упаковка из стекла зачастую применяется для продукции премиум-класса. Самая идеальная упаковка для сметаны – стеклянная банка, но она же, к сожалению, и самая редкая. А вот самая ненадежная упаковка для сметаны – это пластиковые стаканы, так как в них образуются щели, а значит, срок

годности сметаны уменьшается, но, тем не менее, по данным социальных исследований, около половины покупателей предпочитают приобретать сметану, упакованную в пластиковый стаканчик.

Специалистами ГК Step by Step установлено, что наибольшую долю среди упаковки занимает сметана, упакованная в тару объемом 500 граммов, – 59%. (В диаграмме 2 представлено процентное соотношение по долям упаковки, присутствующей на рынке).

Менее распространенной упаковкой является упаковка массой 350 граммов – ее доля составляет всего 1%.

К основным тенденциям в потребительском секторе сметаны следует отнести:

- сохранение преобладания домашнего потребления продукта;
- доминирование брендов крупнейших производителей в структуре потребительских запросов;
- преобладание российских брендов иностранных компаний в структуре потребительских предпочтений;
- воздействие рекламы на увеличение потребления сметаны.

Несмотря на то, что рынок сметаны преимущественно принадлежит отечественным производителям, на рынке есть и иностранные игроки. Общий объем импорта сметаны в 2012 году составил 5,37 тыс. тонны на общую сумму 12,34 млн USD. По подсчетам специалистов, средняя цена импорта сметаны составила 2,30 USD за килограмм.

В структуре импорта сметаны наибольшая доля приходится на Финляндию – 69,78% в натуральном выражении и 77,77% – в стоимостном выражении.

Что касается экспорта сметаны, то в 2012 году общий объем экспорта сметаны составил 2,38 тыс. тонны на общую сумму 5,26 млн USD. Основными странами, куда импортировалась сметана, являлись страны СНГ. Наибольшая доля приходилась на Азербайджан – 56,56% в натуральном выражении.

В настоящее время в нашей стране наблюдается развитие рынка молочных продуктов в целом и сметаны в частности. Как уже было отмечено, отечественный рынок сметаны регулярно пополняется новой продукцией. За счет высокой степени насыщенности рынка и в условиях имеющейся конкуренции важно умело дифференцировать свой продукт и эффективно его продвигать.

**САМАЯ ИДЕАЛЬНАЯ УПАКОВКА
ДЛЯ СМЕТАНЫ – СТЕКЛЯННАЯ БАНКА,
НО ОНА ЖЕ, К СОЖАЛЕНИЮ,
И САМАЯ РЕДКАЯ.**