

Исследования компании Intesco Research Group

В натуре –

ВКУСНО!

ОБЗОР РОССИЙСКОГО РЫНКА МОЛОКА И МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ

Молоко является пищевым продуктом исключительной ценности, оно содержит весь спектр питательных веществ, в том числе и незаменимых для человека. На сегодняшний день производство цельного молока и целого спектра молочных продуктов – это крупная отрасль промышленности.

#### СЫРЬЕВАЯ БАЗА

Ведущей для российского сектора производства молочного сырья традиционно является отрасль молочного скотоводства (удельный вес коровьего молока в общем объеме молока всех видов в среднем составляет 99,1%).

Одной из основных проблем сектора является сокращение поголовья скота. На сентябрь 2014 года этот показатель сократился на 132 тысячи голов, по сравнению с сентябрем 2013-го. Устойчивое сокращение поголовья коров в значительной мере компенсируется заметным ростом среднегодовой продуктивности молочного стада. Так, надои молока за январь–сентябрь 2014 года на 7,6% превышают соответствующие показатели предыдущего года.

Производство молока в качестве сырья имеет ярко выраженный сезонный характер, что соответствующим образом отражается на цене: для летнего периода характерен высокий объем предложения; в зимний период предложение сокращается, а средний уровень цен растет. В России наибольшие показатели надоя молока характерны для сельскохозяйственных организаций – на них приходится 46% в общей структуре. Крестьянские хозяйства и индивидуальные предприниматели поставляют лишь 6% от всего объема надоя молока по стране.

Несмотря на высокую производительность коров, молока отечественного производства недостаточно для обеспечения всего населения страны. Институтом питания РАМН были разработаны рекомендуемые нормы потребления молочных продуктов на человека в год – 390 килограммов (в пересчете на молоко). Российское производство сегодня способно обеспечить за счет собственных средств около половины нормы. Такие показатели неминуемо приводят к необходи-

мости закупок молока и молочной продукции за границей.

#### ОТЕЧЕСТВЕННОЕ ПРОИЗВОДСТВО

В сфере российского производства цельномолочной продукции происходит ежегодная смена трендов. Тогда как для 2010 и 2012 годов были характерны темпы прироста около 6,5%, в промежуточный 2011 год производство цельномолочной продукции шло на спад, при этом темпы убыли достигли 3,38% (рис. 1).

Первая половина 2014 года также показала уменьшение показателей по сравнению с соответствующим периодом предыдущего года: произошло сокращение производства на 99 424 тонны. По оценкам аналитиков Intesco Research Group, несмотря на то, что сложившаяся политическая ситуация благоприятна для развития сельскохозяйственной сферы в России, нисходящая тенденция сохранится до конца года.

Более 60 регионов Российской Федерации заняты в производстве цельномолочной продукции. Абсолютного лидера, занимающего подавляющую до-

лю рынка в данном сегменте, выделить нельзя, так как производство по каждому из регионов не превышает 10% общего объема. Наиболее крупным поставщиком товара является Краснодарский край. Далее по объемам производства следует Москва. Также в четверку регионов-лидеров входят Свердловская область и Санкт-Петербург.

В структуре производства цельномолочной продукции крупную долю занимает жидкое обра-

Рисунок 1. ДИНАМИКА ОБЪЕМА ПРОИЗВОДСТВА ЦЕЛЬНОМОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ в 2009–2014 годах, млн т



Источник: Intesco Research Group

ботанное молоко. Его доля увеличилась на 7 п.п. за период с 2009-го по 2012 год и достигла устойчивости на отметке в 47%. Этот показатель, по оценке аналитиков Intesco Research Group, сохранится и после подведения итогов 2014 года. Также стабильны в общем объеме производства доли кефира без пищевых добавок и сметаны с массовой долей жирности от 15% — на протяжении последних 4 лет они составляют, соответственно, около 8 и 5%.

По предварительной оценке за 2014 год, в структуре цельномолочной продукции жидкое обработанное молоко сохраняет лидирующие позиции — данный сегмент занимает чуть менее половины всего производства. Доля кефира составляет более 8%. На творог приходится чуть более 3% общего объема производства. Доля таких продуктов, как ряженка, сливки и йогурты без пищевых добавок, колеблется вокруг отметки в 1%. К прочим продуктам, составляющим спектр видов цельномолочной продукции, относятся зерненный творог, простокваша, айран, ацидофилин, кумыс, кварк и другие. В сумме эти продукты вносят значительный вклад, оцениваемый в 33%.

### «ФЕРМЕРСКАЯ» ПРОДУКЦИЯ

Сегодня благодаря тенденции перехода россиян к здоровому образу жизни все большую популярность приобретают продукты с небольшим сроком хранения. Диетологи утверждают, что наиболее полезными качествами обладают именно продукты, произведенные недавно и подвергшиеся щадящей тепловой обработке. Такие товары сохраняют полезные бифидобактерии, которые положительно воздействуют на человеческий организм.

Таким образом, в качестве альтернативы магазинам, предлагающим массовые продукты, на рынке появляются небольшие торговые точки, где можно приобрести свежие молоко, творог, ряженку и другие виды молочной продукции. Многие компании позиционируют себя как продавцы натуральной недорогой молочной продукции без консервантов, стабилизаторов и усилителей вкуса. Первопроходцем на данном рынке стала московская сеть «Избенка». Ассортимент сети помимо основных категорий молочной

продукции включает ацидофилин, бифилайф, варенец и кумыс. «Избенка» стала посредником между покупателями и небольшими региональными молокозаводами, продающими продукцию под своей маркой. В настоящее время сеть работает с более чем 20 поставщиками из десяти регионов России — Смоленской, Калужской, Орловской, Тверской, Тамбовской и других областей. Подобным проектом стала и сеть «Подворье». Но, несмотря на активные попытки привлечения новых покупателей, продвижение подобной продукции на первом этапе происходило крайне медленно. Это связано с тем, что отечественный потребитель привык к товарам с долгим сроком хранения и новые продукты, срок годности которых ограничивается 3–5 днями, вызывали опасения.

Крупные розничные сети также активно создают у себя так называемые «фермерские отделы», предлагающие потребителю продукцию, развесную и незатейливо упакованную, срок хранения которой не превышает 5 дней. На волне моды на все свежее выросло число интернет-магазинов, торгующих «короткими» молочными продуктами. По оценкам экспертов рынка, сегодня в Московском регионе работают порядка 60 интернет-магазинов, позиционирующих себя как продавцы экологически чистых и свежих продуктов. Но действительно более-менее заметных игроков на рынке около 15 — остальные являются перекупщиками. При этом большинство магазинов выкладывают на сайте (или готовы предоставить по первому требованию) сертификаты качества и соответствия, подтверждающие натуральность продукции.

Стоит отметить, что цены на подобный товар в среднем в 2–5 раз выше, чем у продукции, традиционно реализуемой в розничных сетях. Так, наиболее дорогая продукция представлена в сети Lavka Lavka, где цена молока начинается от 120 рублей за килограмм, кефира — от 150 рублей, а сыр обойдется покупателю минимум в 660 рублей за килограмм.

### ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ

В России статус экопродуктов на законодательном уровне не определен. Кроме того, с 15 фев-

раля 2010 года в России отменена обязательная сертификация продуктов питания. Теперь производителям не приходится в обязательном порядке тестировать свои товары в сертификационных центрах — достаточно самостоятельно задекларировать их качество и безопасность. Производители могут предлагать свой товар потребителю на основании собственноручно заполненной декларации о соответствии с использованием собственных доказательств качества и безопасности продукции. Заполняя декларацию, изготовитель принимает на себя ответственность за соответствие продукции нормам безопасности. Получение сертификата на продукцию теперь является исключительно актом доброй воли.

Как заявляют специалисты компании «Агриконсалт», сейчас в России нет развитой системы экомаркировки, зато существует масса правовых актов, затрагивающих этот вопрос: в области охраны окружающей среды, защиты прав потребителей, стандартизации, сертификации и рекламы, а также государственные стандарты, нормативные документы МПР и Знак соответствия Госстандарта РФ. Правда, по словам аналитиков, после введения в действие Федерального закона «О техническом регулировании» ситуация с ГОСТами и сертификацией неясна.

Данная проблема остается наиболее актуальной ввиду множества нарушений. Так, в 2011 году ассоциация «Союзмолоко» совместно с ГУП «Московское качество» провело контрольные закупки по всем категориям молочной продукции. По результатам первых проверок выяснилось, что более 30% образцов сливочного масла, более 50% образцов сгущенного молока с сахаром, более 50% образцов сметаны и более 20% образцов плавленых сыров — это фальсификат с добавлением растительных жиров, выдаваемый за натуральную молочную продукцию.

В заключение отметим, что сегодня наиболее прибыльным становится производство высокомаржинальных продуктов: йогуртов, обогащенных молочных напитков, мороженого и других. На производство данной категории направляют основные произ-

водственные мощности наиболее крупные игроки. На рынке традиционных молочных продуктов наблюдается замкнутый круг. Отрасль находится в кризисном состоянии, а производство сырого молока на протяжении многих лет остается дефицитным. Российские фермеры способны обеспечить увеличение поставок сырья переработчикам лишь при условии роста закупочных цен. Однако на российский рынок ежегодно поступают дешевые импортные товары. Дабы обеспечить конкурентоспособность своему продукту, отечественным переработчикам выгодно удерживать низкие цены на сырье. Фермеры же в условиях низкой рентабельности вынуждены производить забой молочного скота, вновь сокращая поголовье. Уменьшение степени зависимости от импорта способно изменить ситуацию. Но для этого потребуются время и значительная государственная поддержка молочной отрасли сельского хозяйства.

*Юлия Шпонкина,  
руководитель отдела  
маркетинговых исследований  
Intesco Research Group,  
член Гильдии маркетологов*

Research of the Company “Intesco Research Group”

## Review of Russian Market of Milk and Dairy Products

Milk is a product of exceptional nutrition value, it contains all kinds of nutrients including those highly essential for humans. Today production of whole milk and a wide range of dairy products forms a large sector of economy.

### MILK RAW MATERIALS

Traditionally milk farming was the largest segment in production of milk raw materials. The average share of cow raw whole milk in total production volume of milk raw materials was 99.1%.

One of the most serious problems of Russian milk industry is decline of cattle stock. By September 2014 milk cattle stock reduced by 132 thousand heads against September 2013. Sustained decline of milk cow stock to a large extent is bal-

anced by impressive increase of milk yield rate. For instance, in January-September 2014 per cow milk yield increased by 7.6% over same period previous year.

Production of milk for processing has distinct seasonality and this determines the prices: in summer offer is large while in winter offer declines and the average price level grows. In Russia the largest share in raw milk production is provided by industrial milk farms (46%). Farmers and individual farms provide just 6% of milk yield in Russia.

Despite pretty high per cow milk yield, domestic production of raw milk is not enough to satisfy domestic demand. Institute of Nutrition of Russian Academy of Medical Sciences (RAMN) recommends consumption of 390 kg of dairy products per person annually (on liquid milk basis). Today domestic production is able to satisfy consumption of about a half of this recommended norm. This inevitably leads to necessity to import milk and dairy products.

### DOMESTIC PRODUCTION

Russian industry of whole milk products sees new trends every year. In 2010 and 2012 this industry demonstrated 6.5% increase of production volume annually on the average meanwhile in 2011 the category of whole milk products declined by 3.38%.

H1 2014 also brought year-to-year decline: production volume reduced by 99,424 tons. According to "Intesco Research Group", this de-

scending trend is to continue in H2 2014 despite obvious benefits of current political situation for the review industry.

More than 60 federal subjects of Russia produce whole milk products. However, there is no obvious leaders in this segment because each of federal subjects provides no more than 10% of total production volume. The largest supplier is Krasnodar Territory, it is followed by Moscow, Sverdlovsk Region and Saint Petersburg.

In segment of whole milk products the largest category is processed liquid milk; in 2009–2012 share of this category increased by 7% and settled at 47%. According to "Intesco Research Group", the category is to have the same share by the end of 2014. Shares of such categories as pure kefir and sour cream with fat content of 15% were also quite settled: during recent 4 years they constituted respectively 8% and 5%.

Preliminary, processed liquid milk is to remain the largest category with a little less than a half of production volume in whole milk products in 2014. Share of kefir constitutes about 8%, of quark – about 3%. Shares of such categories as ryazhenka, cream and pure yoghurt are dancing around 1% each. Other categories of whole milk products are cottage cheese, soured milk, ayran, acidophilin, kumis, curd cheese, etc. Cumulative share of these categories is quite large and constituted 33%.

### "FARM" PRODUCTS

As healthy living and nutrition trend spreads in Russia, foods with short shelf life get increas-

ingly popular. Dietologists say that freshly made products processed using mild temperatures are the healthiest. Such products preserve bifidobacteria beneficial for human health.

An alternative to food stores selling mass products are small stores offering fresh milk, quark, ryazhenka and other dairy products. Many companies are positioned as sellers of natural and inexpensive dairy products free from preservatives, stabilizers and taste enhancers. Pioneer of this niche was Moscow chain "Izbenka". Stores of this chain were offering basic dairy products and also acidophilin, bifilife, stewler and kumis. "Izbenka" became a middleman between consumers and small local milk processing plants offering products under their local brands. Today this chain cooperates with more than 20 suppliers from 10 federal subjects of Russia (Smolensk Region, Kaluga Region, Orel Region, Tver Region and others). "Podvorye" is a similar project. Despite active promotion consumer base grew slowly at the first stage: Russian consumers got accustomed to foods with long shelf life and new products with just 3–5 days of storage period made people suspicious.

Large retail chains are also quite active in development of the so-called "farm departments" where consumers are offered products sold by weight or in simple package with storage period no longer than 5 days. Fashion for fresh foods stimulated start of many e-shops offering dairy products with short shelf life. According to experts, today about 60 e-shops operate in Moscow;

they are positioned as sellers of organic and fresh foods. But the number of more or less large players on this market does not exceed 15 and others are just second-hand dealers. The majority of e-shops upload to their websites (or can send on demand) certificates of quality and conformity proving naturalness of products they sell.

It should be mentioned that prices for “farm products” on the average are by 2–5 times higher in comparison to traditional foods distributed in retail. The most expensive products are offered by chain “Lavka Lavka”: price for milk in this chain starts at 120 rubles/kg, for kefir – at 150 rubles/kg and cheese is offered at 660 rubles/kg minimum.

### STATE REGULATION

In Russia the term “organic” has no legal status. Besides, obligatory certification of food products was eliminated in Russia on February 15, 2010. Now manufacturers are not obliged to test their products in special labs; they can just make a declaration of safety and quality of products. Manufacturers can distribute their products with a declaration they make using their own proofs of product quality and safety. With this declaration manufacturers take responsibility for conformity of their products to safety norms. Product certification today is just a sign of manufacturer’s good will.

According to “Agriconsult”, today Russia has no well-developed system of eco labeling but has a huge number of laws with references to this

question: on environment protection, on defense of consumers’ rights, on standardization, certification and advertising; plus there are state standards, norms of the Ministry of Natural Resources and Environment, and Sign of Conformity with State Standard of Russia. Besides, according to analysts, when Federal Law “On Technical Regulation” came into force, status of GOST and certificates became quite vague.

This problem remains the most acute due to numerous breaches of norms and regulations. For instance, in 2011 association “Soyuzmoloko” together with “Moskovskoe Kachestvo (Moscow Quality)” GUP made a series of control purchases of all categories of dairy products. The tests showed that more than 30% of samples in the category of butter, more than 50% of samples in the category of condensed milk with sugar, more than 50% of samples in the category of sour cream and more than 20% of samples in the category of processed cheese are fraud products made with vegetable fats though labeled as natural whole milk products.

In the summary we’d like to mention that today most profitable sector of the review industry is production of highly marginal categories: yoghurt, enriched dairy products, ice cream and others. The largest industry players redirect major part of their production facilities to the named categories. Meanwhile traditional dairy categories are in a vicious circle. Dairy industry is in crisis, production volume of raw milk remains insufficient for many years. Russian milk

farms can increase supplies of raw milk to processing facilities only if wholesale prices increase. Meanwhile every year Russia imports inexpensive dairy products. To offer products at competitive price Russian processing companies have to keep wholesale prices for raw milk and milk raw materials as low as possible. Low profitability makes farmers slaughter milk cattle and reduce stock. Reduction of import dependence can change the situation, but this requires significant state support of Russian milk farming.

*Julia Shponkina*  
*Head of Market Research Department*  
*“Intesco Research Group”*  
*Member of Marketers Guild*



**Intesco  
Research  
Group**

**Intesco Research Group** – лидер рынка маркетинговых исследований и бизнес-планирования по итогам рейтингов РБК в 2010–2013 годах, I–III кварталах 2014 года. **Intesco Research Group** – это 600 проектов, 65 рынков и 8 лет результативной работы с правительственными организациями, крупными российскими и зарубежными корпорациями, малым бизнесом.

Компания **Intesco Research Group (ООО «Интеско»)**  
107023, Москва, Барабанный пер., 3  
(м. «Электрозаводская»)  
Тел.: +7 (495) 212-9191 (многоканальный),  
8 800 100-2163  
Email: [info@i-plan.ru](mailto:info@i-plan.ru) [www.i-plan.ru](http://www.i-plan.ru)