

АНАЛИЗ РЫНКА МОРОЖЕНОГО

Л.Б. Мартиросян

Экономические преобразования в агропромышленном секторе требуют существенных изменений, совершенствования, разработки и практического применения новых методик и инструментариев оценки состояния рынка. Общий анализ отрасли требует определенного набора критериев, кото-

рые позволяют адекватно оценить изменяющиеся условия рынка и определить характер спроса и предложения.

На сегодняшний день рынок мороженого находится на стадии роста – этот период характеризуется повышением спроса на продукцию работающих в ней компаний и увеличением числа конкурентов. Так, например, по данным союза мороженщиков России производство мороженого в 2010 г. выросло на 18,6 процентов, по сравнению с показателем за 2009 г. и составило 387 тыс. 416,37 т (производство мороженого за 2009 г. составило 326 тыс. 734,04 т).

В начале 2010 г. союз прогнозировал рост производства мороженого в РФ в 2010 г. на 5–10 % – до 350–360 тыс. т. Тогда же сообщалось о том, что, по прогнозам ассоциации, в течение ближайших трех лет рынок мороженого вырастет примерно на 15 % [1].

Исследования экспертов Euromonitor International подтверждают, что в период до 2014 года российский рынок мороженого будет расти в среднем на 3 % в год в стоимостных показателях и к 2014 году достигнет отметки 71,4 млрд рублей (рис. 1) [2].

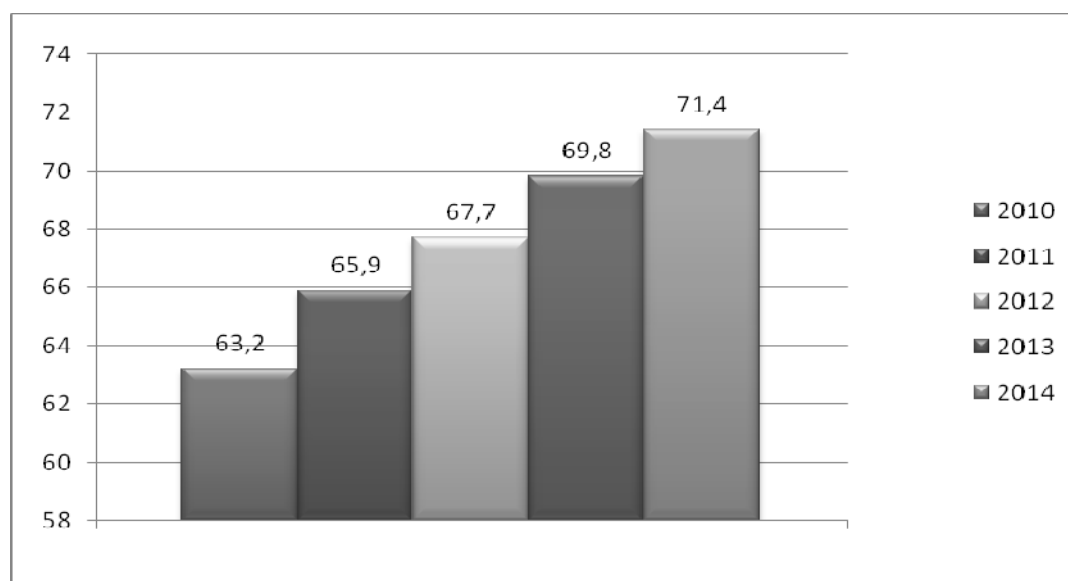


Рис. 1. Объем рынка мороженого в стоимостных показателях, млрд руб.

Как видим из диаграммы, ожидается восходящий тренд рынка мороженого в период с 2010 года по 2014 год.

В целом по отрасли масштаб конкуренции является международным, так, например, компания «Нестле» охватывает мировой рынок по производству мороженого, фирма «Инмарко» поставляет продукцию в ряд стран Европы и Азии, «Русский холод» продает мороженое на территории Евросоюза и Прибалтики. Если рассматривать рынок с точки зрения производителей по Челябинской области, то конкуренцию по региону, можем

назвать национальной, так как, например, компания «РосФрост» предлагает свою продукцию более чем в 15 регионах России, а также в Казахстане, «Челябинский городской молочный комбинат» реализует свою продукцию на территории Уральского федерального округа (Курган, Тюмень, Екатеринбург).

Исследования показали, что производством мороженого в России занимаются около 250 предприятий. Среди них 60 фабрик мороженого на хладокомбинатах, 180 фабрик и цехов мороженого на молочных и других пищевых предприятиях, 10 фабрик, вновь построенных специально для производства мороженого. Ситуация на рынке мороженого весьма неоднозначна: с одной стороны действует большое количество производителей, с другой стороны отмечается консолидация отрасли, которая вступила в свою активную фазу с 2005 года, когда наиболее крупные игроки отрасли («Айсберри», «Талосто», «Русский Холод») увеличили свои производственные и дистрибуционные мощности путем поглощений.

В Челябинской области фабрик по производству мороженого не много: компания «РосФрост», производство которой находится в городе Троицк и «Челябинский городской молочный комбинат», выпускающая свою продукцию под маркой «Первый вкус».

В целом по России крупнейшими производителями мороженого являются: ОАО Инмарко, ГК Айсберри, ГК Талосто, Nestle SA, ГК Русский холод. Они занимают 55 процентов рынка в натуральном выражении [2].

По итогам 2010 года, в России было произведено 387 416,37 т мороженого, что превышает показатели прошлого года на 18,6 процентов. Статистика свидетельствует о том, что почти во всех регионах, кроме Центрального и Южного округов, производство выросло. В Приволжском и Сибирском округах объемы производства практически не изменились, а в Уральском и Северо-Западном заметно выросли – на 10–11 %, что является немаловажным фактом. Наибольшие объемы производства мороженого отмечены в Омской и Новосибирской областях – соответственно 38,5 тыс. т и 26,3 тыс. т. В Центральном федеральном округе объем производства составил 74 % по сравнению с аналогичным периодом 2008 года. В Южном округе этот показатель составил 97,4 % – снижение объемов было обусловлено сокращением производства в Волгограде, Ставрополе и Краснодаре.

Отличительной особенностью рынка мороженого является сезонность. Структура самого рынка так же сезонным изменениям. В зимний период вырастает доля называемого «домашнего» мороженого – продукции в больших упаковках, предназначенной для потребления дома. Если летом доля «домашнего» мороженого составляет менее 40 %, то зимой на него приходится свыше половины рынка в натуральном выражении. Отметим, что в абсолютном выражении продажи «домашнего» мороженого зимой даже снижаются (рис. 2).

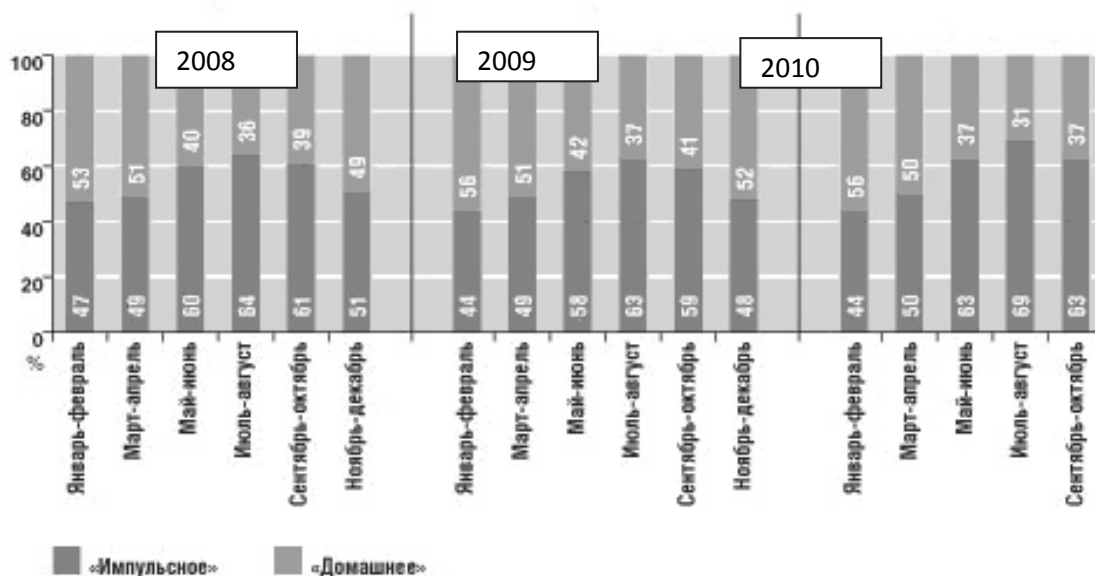


Рис. 2. Структура продаж мороженого в 2010 году в натуральном выражении, %

На рис. 2 прослеживается сезонный характер спроса: уровень потребления «домашнего» мороженого имеет пик продаж в такие месяцы, как январь и февраль. Минимальный спрос установлен в июле-августе. Что касается «импульсного» мороженого, то оно наиболее популярно в летние месяцы с июня по сентябрь.

По данным, представленным компанией Euromonitor International, в 2009 году розничные продажи мороженого в России достигли 61 млрд рублей (по сравнению с предыдущим годом они выросли на 16 % в стоимостном выражении). За тот же период розничные продажи мороженого в натуральном выражении сократились на 3 %, составив 496 млн литров. Исходя из этого прибыльность отрасли, в целом, оценивается выше средней, этому способствуют рост спроса на продукцию, а также использование дешевых компонентов и сырья [2].

Исходя из численности населения города Челябинска, нормы потребления мороженого на душу населения в год, можно рассчитать реальную и потенциальную емкость рынка мороженого.

Численность населения города Челябинска, по предварительным данным всероссийской переписи на 1.01.2011 г. составила 3 436 783 человек. Потребление на душу населения в целом по России составляет 2,7 кг (норма потребления мороженого, рекомендованная Минздравом, составляет 5 кг на душу населения в год), в Москве и Санкт-Петербурге – 4–4,5 кг, а в Европе – 7–8 кг, США – 10–15 кг (по некоторым сведениям до 22 кг).

Исходя из выше представленных данных, рассчитаем потенциальную емкость ($E_{\text{потенц}}$) рынка г. Челябинска в натуральном выражении по формуле (1).

$$E_{\text{потенц}} = 2,7 * 3\,436\,783 = 9\,279\,314,1 \text{ кг/год} = 9\,279,3 \text{ т/год.} \quad (1)$$

Потенциальная емкость рынка Челябинской области представляет собой максимально высокий объем продаж в рыночной ситуации, когда все потенциальные потребители приобретают исходя из максимально возможного уровня потребления. Однако, потенциальная емкость в большинстве случаев – недостижимая (гипотетическая) величина, поскольку не все потенциальные потребители приобретают товар в силу тех или иных ограничений.

Для того чтобы рассчитать реальную емкость рынка мороженого, необходимо учитывать ряд факторов. Во-первых, необходимо из общего числа потенциальных потребителей вычесть количество не употребляющих мороженое. Дети до 3 лет тоже не употребляют данный продукт. Их число составляет 268 069 человек. По результатам всероссийского опроса, организованного исследовательским холдингом «Ромир» в 2010 г., покупают и любят мороженое 77 % россиян (рис. 3). При этом самым популярным является вафельный стаканчик – 45 % россиян покупают чаще всего его. Есть также и те, кто никогда не ест мороженое – 23 % россиян [3].

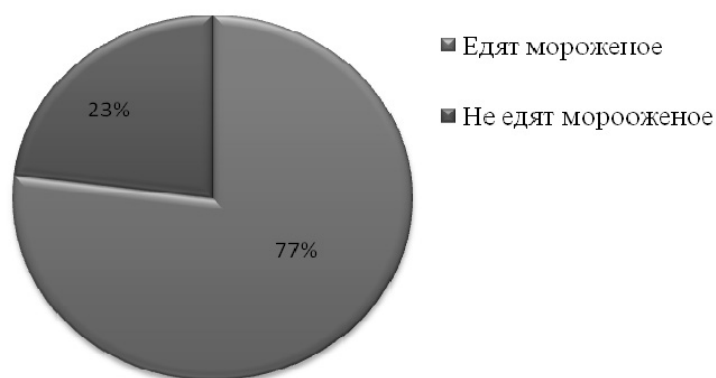


Рис. 3. Доля потребителей мороженого в России

Таким образом, реальную емкость ($E_{\text{реальн}}$) рынка мороженого Челябинска рассчитывается по формуле (2).

$$E_{\text{реальн}} = 2,7 \cdot ((3\,436\,783 - 268\,069) \cdot 0,77) = 6\,587\,756,406 \text{ кг/год} = 6\,587,75 \text{ т/год.} \quad (2)$$

Таким образом, реальная емкость рынка Челябинской области рассчитывается как достижимый объем продаж с учетом потребительских предпочтений. Расчет производился с учетом потребления мороженого на душу населения, численности населения за вычетом количества детей в возрасте от 0 до 3 лет, а также опросных данных о реальном спросе на продукцию.

Отсюда можем рассчитать не охватываемый потенциальный рынок:

$$E_{\text{потенц}} - E_{\text{реальн}} = 3\,005\,472 - 2\,171\,543 = 833\,929 \text{ кг/год.}$$

В процентном соотношении можно представить в виде следующей круговой диаграммы на рис. 4.

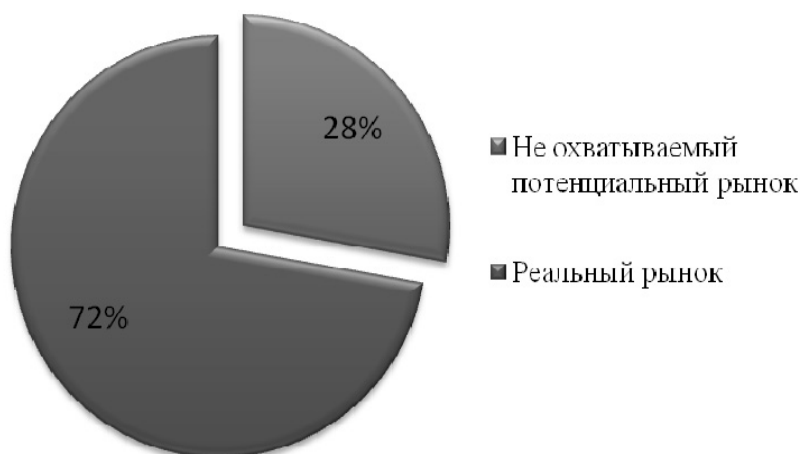


Рис. 4. Реальная емкость рынка мороженого Челябинской области, кг/год

Перспектива наращивания объемов производства мороженого, безусловно, существует и, несомненно, будет проявляться. Вывод этот сделан, прежде всего, исходя из низкого уровня потребления мороженого в России. Сейчас оно составляет немногим более 2 килограммов на человека в год, а в крупных городах – до 4,5 килограммов. В большинстве европейских стран этот показатель выше, как правило, в 2 раза, а у лидеров потребления – Канады, Америки, Австралии – в 3–4 раза. Важно чтобы покупатель имел возможность приобретать российскую продукцию, а производители могли предоставить ему мороженое на любой вкус и достаток. Таким образом, рынок является не насыщенным. Что в значительной мере оказывает положительное воздействия.

Современный рынок мороженого не может похвастаться высокими показателями. Значительная доля вины за это лежит на самих мороженщиках, поскольку данная отрасль торговли весьма перспективна и обладает огромным потенциалом роста.

Библиографический список

1. <http://www.morogenoe.ru/>
2. <http://blog.euromonitor.com/2011/01/euromonitor-internationals-top-city-destinations-ranking.html>
3. <http://www.romir.ru/products/spheres/marketing/>