Корниенко Олеся Владимировна
аспирантка кафедры управления производством и маркетинга,
Московский государственный университет пищевых производств
olesyakornienko@mail.ru

особенности развития российского производства и поставок по импорту интенсивных подсластителей и заменителей сахара

Аннотация

В статье анализируется состояние российского рынка интенсивных подсластителей и заменителей сахара. Характерной чертой российского рынка пищевых добавок является высокая степень зависимости от импорта.

Ключевые слова: внутреннее производство, импорт, интенсивные подсластители, заменители сахара, потребление

В 2008 г. российская экономика пережила масштабный финансовый кризис, который затронул все сферы общества. Высветились основные проблемы предприятий по производству пищевых добавок: недостаточный уровень развития собственного производства, отсутствие инвестиционных ресурсов для наращивания производственного потенциала внутри страны, сильная ценовая конкуренция со стороны зарубежных поставщиков.

Анализ рынка подсластителей

Безусловно, темпы роста рынка пищевых добавок снизились в период кризиса. Многие предприятия оказались не готовы к такому повороту событий. И в том же году рынок интенсивных подсластителей продемонстрировал резкое падение на 24,08%. К концу 2009 г. при снижении объема потребления до 37,55% только сахарин показал положительную динамику (42,18%). Российские подразделения международных пищевых концернов потребляют более 70% заменителей сахара и около 20% интенсивных подсластителей (1).

Среди интенсивных подсластителей основная доля потребления приходится на искусственные подсластители (95%). Натуральные подслащивающие вещества не нашли широкого применения в пищевой промышленности в основном из-за высокой стоимости.

…ситуация на российском рынке интенсивных подсластителей и заменителей сахара складывается таким образом, что внутреннее производство организовано только на одном предприятии «Марбиофарм»…

По данным исследовательской компании Abercade, на рынке интенсивных подсластителей наиболее популярными являются дешевые подсластители – сахарин и цикламат натрия, на долю которых приходится свыше 80% потребления. Третий по популярности – аспартам.

У российских подразделений международных компаний, таких как «Cadbury», «Wrigley», «Coca-Cola», «PepsiCo» и некоторых других, структура потребления во многом противоположна, наиболее востребованным является аспартам. Второй по популярности – ацесульфам калия, на третьем месте – сахарин (2).

В настоящее время ситуация интенсивных подсластителей и заменителей сахара на российском рынке складывается таким образом, что внутреннее производство организовано только на одном предприятии «Марбиофарм», вырабатывающим сорбит. За более чем полувековую историю выпуск продукции достиг наивысшей точки в 2011 г. – 180 т (см. *табл. 1*). В то время как импорт сорбита и сорбитового сиропа, по данным компании Abercade, составил 23301 т.

В России производство интенсивных подсластителей в чистом виде отсутствует, но, несмотря на это, развито производство подслащивающих смесей. Более того, развитие этого рынка идет нарастающими темпами. Компания «Аспасвит», одно из первых предприятий по производству подслащивающих смесей, выпускает уникальные продукты, которые не имеют аналогов не только в России, но и за рубежом (3).

Практически все интенсивные подсластители, импортируемые в Россию в чистом виде, перерабатываются на предприятиях в смеси. Чистые же вещества, используемые в производстве, составляют не более 25 т. Общее потребление интенсивных искусственных подсластителей в 2009 г. составило 1064 т, доля чистых веществ не превышала 2,3%.

Основные производители, использующие интенсивные подсластители в чистом виде: ООО «Проктер энд Гэмбл» (10,4 т), ОАО «Концерн «Калина»»

Таблица 1

Производство сорбита ОАО «Марбиофарм», 2008–2011 гг.

Производство	2008	2009	2010	2011
в натуральном выражении, тонн	175	80	150	180
в стоимостном выражении, тыс. долл.	350	160	300	360

Составлено по данным: оценки Abercade, Росстат, опроса производителей

(8,15 т), ОАО «Кондитерское объединение «Россия»» (5 т), ОАО «Свобода» (0,5 т).

По данным производителей смесей, на российском рынке наибольшей популярностью пользуются смеси на основе интенсивных искусственных подсластителей.

Основными потребителями подслащивающих смесей являются производители напитков, как в России, так и в странах СНГ (Киргизия, Казахстан, Армения, Украина, Таджикистан, Узбекистан).

По мнению Центра инвестиционно-промышленного анализа и прогноза, первопричинами недостатка мощностей по синтезу субстанций подсластителей в России являются:

– отсутствие отработанной технологии производства;

– высокие капитальные затраты в условиях ценовой конкуренции со стороны зарубежных производителей (в частности Китай), которые не позволяют выйти на приемлемую рентабельность производства.

Тенденции развития ингредиентного рынка

В последние годы четко прослеживаются некоторые тенденции развития ингредиентного рынка. На российском рынке проявляются те же закономерности в применении пищевых ингредиентов, что и на мировом, хотя и с заметным опозданием. Основным стало направление натуральности, которое усиливает свою значимость на отечественном рынке, что является воспроизводством мирового тренда (4).

Российские производители и потребители, следуя мировой тенденции, все чаще используют интенсивные подсластители, замещая привычный всем сахар. Значительную нишу они заняли в индустрии безалкогольных напитков (более 70% напитков, производимых во всем мире, изготавливают на основе подсластителей).

Отсутствие производства интенсивных подсластителей в России порождает импорт из тех стран, которые обеспечили себя и имеют все возможности для экспорта. На долю импортируемых интенсивных подсластителей приходится 6%, остальные 94% принадлежат заменителям сахара. Наиболее популярными заменителями сахара являются сорбит и мальтит. Импортируемые заменители сахара используются преимущественно для производства жевательной резинки.

Рост импорта до 2007 г. сменился резким спадом в 2008 г. и продолжился в 2009 г. Причем при общем падении объемов поставок, доля отдельных искусственных подсластителей показала рост.

Самым востребованным интенсивным подсластителем для российского потребителя является цикламат натрия с долей импорта 54,2%. Повышенный спрос во многом обусловлен сравнительно низкой ценой. В стоимостном выражении цикламат натрия (19,7%) уступает наиболее дорогостоящему аспартаму (46,6%), которому принад-

в России производство интенсивных подсластителей в чистом виде отсутствует, но, несмотря на это, развито производство подслащивающих смесей

лежит 20,3% импорта.

Третьим по распространенности интенсивным подсластителем на российском рынке является ацесульфам калия (12,7%), который является самым дорогим в группе интенсивных искусственных подсластителей (19,7%). Сахарин поставляется приблизительно в тех же объемах что и ацесульфам калия (12,0%), но с заметной разницей в стоимостном выражении (11,0%).

Несмотря на возрастающую мировую популярность сукралозы, стевиолгликозидов и неотама, на российский рынок интенсивные подсластители импортируются в минимальном количестве. По состоянию на 2011 г. сукралоза в натуральном выражении составляла 7 т и стевиолгликозиды – 10 т, соответственно, в стоимостном выражении – 0,4% и 0,5%.

Производство интенсивных подсластителей ведется на трех континентах земного шара: Евразия, Северная и Южная Америка. Преобладающая доля предприятий сконцентрирована в европейской зоне (Франция, Ирландия, Испания, Германия, Нидерланды, Украина, Швейцария, Латвия).

Интенсивные подсластители поставляются как в виде чистых веществ, так и в смесях. Смеси представляют собой чистые вещества, которые состоят только из подсластителей и комплексные с добавлением поливинилацетата, гидроксилпропилметилцеллюлозы и т.п.

на российском рынке проявляются те же закономерности в применении пищевых ингредиентов, что и на мировом, хотя и с заметным опозданием

Основные поставщики интенсивных подсластителей

Основным поставщиком интенсивных подсластителей в виде чистых веществ на российский рынок является Китай. Его доля в этом сегменте составляет не менее 81%. Начиная с 2006 г. доля Китая незначительно уменьшалась, при этом возрастала доля поставок из США, Ирландии и Франции.

Крупнейшими поставщиками интенсивных подсластителей выступают китайские производители, за исключением американской компании Wrigley Manufacturing Co., LLC и ирландской Cadbury Ireland Ltd.

Китай ежегодно привлекает 50-миллиардные прямые иностранные инвестиции – около 25% от общего числа инвестиций в страны с развивающейся экономикой. Этому во многом способствуют огромный внутренний рынок, дешевая рабочая сила и быстро развивающаяся сеть местных поставщиков (5).

В США основным производителем, поставляющим интенсивные подсластители в виде чистых веществ в Россию на свои заводы (ООО «Дирол Кэдбери), является компания Cadbury Adams LLC. Ее доля до 2009 г. составляла около 95–97%. Однако в 2009 г. на российский рынок вышла фирма Tate & Lyle Sucralose Inc., которая поставляет продукцию компаниям ООО «Аромацентр», ООО «Меркурий». Теперь поставки осуществляются в соотношении 79% к 21%. США – крупнейший рынок сукралозы – 1,5 тыс. т в год (6).

Во Франции вплоть до 2009 г. основными поставщиками интенсивных подсластителей являлись фирмы Ajinomoto Euro-Aspartame S.A. (45–65%), Pancosma France S.A. (20–35%), Varoise de Concentres S.A. (15–20%). А в 2009 г. в Россию начала поставки Coca-Cola Midi S.A.S., доля которой составляла 21%. Однако общая доля поставок из Франции на российский рынок невелика – менее 4%. Все поставки осуществляются на предприятия по изготовлению жевательных резинок (ООО «Ригли») и напитков (ООО «Кока-кола»).

Основными поставщиками Ирландии являются The Concentrate Manufacturing Company of Ireland и Cadbury Ireland Ltd. Все поставки осуществляются на заводы ООО «ПепсиКо Холдингс» (The Concentrate Manufacturing Company of Ireland) и ООО «Дирол Кэдбери» (Cadbury Ireland Ltd).

До 2008 г. основными импортерами интенсивных подсластителей в виде смесей из чистых веществ были Германия, Франция и Ирландия. Причем Франция и Ирландия ввозили смеси для производства напитков на заводах «Coca-Cola». В 2009 г. заводы «Coca-Cola» в России стали закупать интенсивные подсластители в чистом виде, в результате чего объемы поставок из этих стран резко уменьшились. Германия поставляла в основном заменитель сахара в виде таблеток для больных сахарным диабетом.

отсутствие производства интенсивных подсластителей в России порождает импорт из тех стран, которые обеспечили себя и имеют все возможности для экспорта

Китай, Украина, Малайзия и Колумбия ввозили натуральные подсластители на основе стевии. В результате доля таких товаров возросла, хотя общий объем уменьшился.

До 2007 г. комплексные смеси импортировались из США для производства жевательной резинки компании «Ригли», из Франции для ООО «Кока-Кола ЭйчБиСи Евразия», из Ирландии для ООО «ПепсиКо Холдингс». Основные поставки комплексных смесей в Россию, начиная с 2008 г., осуществляет США для ООО «Ригли». Объем поставок составляет 200 т.

Таким образом, основная часть импортируемых интенсивных подсластителей и заменителей сахара поступает на предприятия пищевой промышленности в качестве составляющей готового продукта. Для розничного покупателя доступны столовые подсластители как на основе интенсивных подсластителей, так и на осно-

Таблица 2

Структура импорта столовых подсластителей, 2008–2011 гг.

Структура импорта	2008	2009	2010	2011
в натуральном выражении, тонн	661	262	636	408
в стоимостном выражении, тыс. долл.	1725	839	1916	1244

Источник: оценка Abercade на основе данных ФТС РФ.

основным поставщиком интенсивных подсластителей в виде чистых веществ на российский рынок является Китай

ве заменителей сахара. Импортные поставщики столовых подсластителей базируются преимущественно на интенсивных подсластителях.

Импорт столовых подсластителей, как и совокупный импорт подслащивающих веществ характеризуется неустойчивым развитием: положительной динамикой в 2008–2010 гг. и падением в 2009–2011 гг. (см. *табл. 2*). По данным компании Abercade, резкое падение поставок столовых подсластителей в 2009 г. обусловлено сокращением импорта крупнейшим китайским производителем SweetLife Ltd.

Крупнейшим импортером столовых подсластителей на российский рынок выступает SweetLife Ltd, поставляя продукт в виде таблеток под торговой маркой «Rio Gold». Столовый подсластитель преимущественно состоит из сахарина и цикламата натрия. В 2011 г. доля импорта SweetLife Ltd. составила половину (50,5%) всех поставок на российский рынок столовых подсластителей для розничной продажи.

Вторым по величине поставщиком выступает немецкий производитель Nutrisun GmbH&Co, который поставляет продукты под торговыми марками «Milford Suss» и «Huxol» на основе цикламата натрия и сахарина.

Крупнейший израильский производитель Biscol Co. Ltd поставляет на российский рынок широко известный продукт под торговой маркой «Сукразит» на основе сахарина.

Основываясь на прогнозах экспертов, можно сделать вывод, что постепенный рост российского производства столовых подсластителей приведет к снижению импорта, увеличится предложение натурального подсластителя на основе стевии для розничных покупателей. По данным компании Abercade, внутреннее производство, учитывая фасовку полиолов для розничной продажи, можно оценить приблизительно в 2–2,5 тыс. т.

Вывод

Российский рынок интенсивных подсластителей и заменителей сахара в настоящее время формируется за счет импорта. Внутреннее производство организовано одним предприятием, которое не обладает достаточной мощностью, чтобы удовлетворить потребность в сахарозаменителях. В ближнесрочной перспективе ожидается повышение спроса на интенсивные подсластители и заменители сахара в связи с развитием рынка диетического и диабетического питания. Согласно последним тенденциям здорового образа жизни, направлению на натуральность, в сегменте интенсивных подсластителей рост коснется пищевых добавок на основе стевии.

Литература

1. Российский рынок интенсивных подсластителей и заменителей сахара // Бизнес пищевых ингредиентов. – 2012. – № 3 (30). – С. 42–43.

2. Весь российский рынок пищевых ингредиентов – 2010: Справочник. – М.: ООО «Формула», 2009. – С. 16–17.

3. Светлана Ван Моурик: вся моя жизнь – это покорение вершин //

Бизнес пищевых ингредиентов. – 2010. – № 1 (16). – С. 20–21.
4. Зеленский В. Развитие рынка пищевых ингредиентов: разработки и тенденции // Бизнес пищевых ингредиентов. – 2011. – № 3 (24). – С. 10–12.
5. Пасек Ненад, Торнайли Дэниел. Развивающиеся рынки. Уроки успешной деятельности и перспективы развития различных рынков / Пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп–Бизнес», 2006. – С. 93–94.
6. Рынок сукралозы интенсивно растет // Бизнес пищевых ингредиентов. – 2011. – № 3 (24). – С. 6.
7. Смирнова Н.В. К вопросу о критичных областях регулирования бизнес-процессов предприятий пищевой отрасли // Российское предпринимательство. – 2008. – № 1 Вып. 1 (104). – с. 116–119. – http://www.creativeeconomy.ru/articles/4817/.

рп

Olesya V. Kornienko
Postgraduate student,
Academic Department of Administration of Production and Marketing,
Moscow State University of Food Production

Peculiarities of russian production development and imported delivery of intensive sweeting agents and artificial sweeteners

Abstract

The current status of russian market of intensive sweeting agents and artificial sweeteners is analyzed in the article. One of the specific features of the russian market of food additives is a high degree of dependence on import.

Keywords: internal production, import, intensive sweeting agents, artificial sweeteners, consumption