



Людмила Глебовна Горощенко, канд. экон. наук, главный научный сотрудник  
Институт исследования товародвижения и конъюнктуры оптового рынка (ИТКОР), Москва  
E-mail: info@moloprom.ru  
УДК 637.2

# Импорт и экспорт сыров и творога

**Рассматривается внешнеэкономическая деятельность на рынке сыров и творога на основании данных таможенной статистики внешней торговли Российской Федерации с 2006 по 2011 г. Информация представлена по коду ТН ВЭД 04.06 «Сыры и творог».**

**Ключевые слова:** импорт, экспорт, сыр, творог.

**Goroshchenko L.G. Import and export of cheese and curds**

*Foreign economic activity in the cheese and curds market based on the data of the Customs statistics of the foreign trade of the RF for the period 2006- 2011 is considered. Information is given on the code ТН ВЭД 04.06 «Cheese and curds».*

**Key words:** import, export, cheese, curds.

Анализ динамики импортных и экспортных поставок проводился на основе информации по четырехзначному коду таможенной статистики 04.06. В состав указанного кода входят следующие виды продукции по соответствующим шести-значным кодам таможенной статистики:

**04.06.10** «Сыры молодые (недозрелые или невыдержанные), включая сывороточно-альбуминовые сыры, и творог»;

**04.06.20** «Тертые сыры или сыры в порошке всех сортов»;

**04.06.30** «Плавленые сыры, нетертые и не в порошке»;

**04.06.40** «Голубые сыры»;

**04.06.90** «Прочие сыры».

Внешнеэкономическая деятельность России с Республикой Беларусь таможенной статистикой в представленной детализации не отслеживается, поэтому поставки из этой страны не учитываются.

В составе кода ТН ВЭД 04.06 максимальные поставки по импорту осуществляются по коду 04.06.90 «Прочие сыры», они занимают примерно 85 %, максимальные поставки по экспорту — по коду 04.06.10 «Сыры молодые», доля примерно 52–54 %.

## Импорт

В 2011 г. объем импортных поставок сыров и творога составил 290 483 т на сумму 1 461 730,9 тыс. долл. при средней контрактной импортной цене 5032 долл/т. По сравнению

Таблица 1

Год	Объем импорта		Средняя контрактная импортная цена, долл/т
	т	тыс. долл.	
2006	218416	593982,9	2720
2007	234332	843456,5	3599
2008	248279	1071024,3	4314
2009	233141	891695,0	3825
2010	294182	1319892,1	4487
2011	290483	1461730,9	5032

с 2010 г. импортные поставки в 2011 г. были осуществлены на уровне 98,7 % в натуральном выражении и 110,7 % — в стоимостном. Средняя контрактная импортная цена возросла на 12,1 % (табл. 1).

С 2006 по 2011 г. максимальный объем ввоза продукции в Россию в количественном выражении был отмечен в 2010 г. — более 294 тыс. т, в стоимостном в 2011 г. — почти 1462 млн долл.

В последние шесть лет сложилась устойчивая тенденция роста средних контрактных импортных цен на сыры и творог. Только в кризисный 2009 г. было зафиксировано снижение уровня средних цен в связи с тем, что доходы у большинства потребителей сократились, и наиболее востребованной оказалась недорогая продукция. В 2010 г. рост средних контрактных импортных цен на сыры и творог возобновился, в 2011 г.

Таблица 2

Основные страны-поставщики в 2011 г. (код ТН ВЭД 04.06)	Объем импорта		Контрактная цена, долл/т
	т	тыс. долл.	
<b>Всего</b>	<b>290483</b>	<b>1461730,9</b>	<b>5032*</b>
Страны дальнего зарубежья	221191	1069074,2	4833
Страны СНГ	69292	392656,8	5667
Австралия	696	3060,5	4397
Австрия	919	4955,0	5392
Аргентина	7614	30783,8	4043
Армения	374	1476,0	3947
Бельгия	507	2248,8	4436
Болгария	270	1058,0	3919
Венгрия	26	171,8	6608
Германия	64681	297728,1	4603
Греция	153	907,9	5934
Дания	8108	39312,3	4849
Ирландия	294	1645,4	5597
Испания	623	6841,5	10982
Италия	5982	36139,8	6041
Кипр	26	226,5	8712
Латвия	4343	17899,6	4121
Литва	34358	164220,8	4780
Республика Молдова	222	1274,1	5739
Нидерланды	29299	150230,2	5127
Новая Зеландия	1373	5472,1	3986
Норвегия	567	3629,9	6402
Польша	12004	57701,3	4807
Сербия	1111	4190,4	3772
Словакия	282	1080,0	3830
Соединенное Королевство	686	3351,8	4886
Украина	68695	389906,7	5676
Финляндия	31495	147932,3	4697
Франция	8213	49576,1	6036
Чешская Республика	476	2503,5	5259
Швейцария	606	5144,8	8490
Швеция	586	3047,5	5201
Эстония	5874	27917,4	4753
Прочие	21	97,3	4633

\* Средняя контрактная цена.

продолжился и цена достигла 5032 долл/т, что более чем на 12 % превышает значения предыдущего года. Отметим, что по сравнению с 2006 г. средняя цена 2011 г. выше на 85 %.

В 2011 г. доля стран дальнего зарубежья в объеме российского импорта сыров и творога уменьшилась до 76 %, в 2010 г. она составляла 77 %, доля стран СНГ соответственно увеличилась с 23 до 24 %.

Если в 2010 г. среди крупнейших стран-поставщиков в Россию сыров и творога первое место занимала Германия, а второе – Украина, то в 2011 г. эти страны поменялись местами: Украина – в натуральном выражении 23,6 %, стоимостном – 26,7 %, Германия – 22,3 и 20,4 % соответственно.

При средней контрактной импортной цене на сыры и творог 5032 долл/т продукция из стран дальнего зарубежья традиционно в среднем дешевле (4833 долл/т), чем из СНГ (5667 долл/т).

Самая дорогая продукция, как и в предыдущие годы, поступает в Россию из Испании (10 982 долл/т), Швейцарии, Кипра (8500–8700 долл/т). Продукция из Австрии, Германии, Дании, Ирландии, Нидерландов, Польши, Соединенного Королевства, Финляндии, Чешской Республики, Швеции, Эстонии поставляется по ценам, примерно соответствующим средним контрактным. Самая дешевая продукция поступает в Россию из Сербии и Словакии – 3772 и 3830 долл/т соответственно.

### Экспорт

В 2011 г. экспорт сыров из России, как и в предыдущем году, продолжал сокращаться. По сравнению с 2010 г. его объем сократился еще на 30 % и составил 12 647 т на сумму 43 338,5 тыс. долл. Сокращение объемов экспортных поставок объясняется сложным положением российских производителей продукции, которым нелегко выдерживать конкуренцию со стороны зарубежных производителей.

По своим объемам экспорт относительно невелик и соответствовал в 2011 г. 4,4 % от объемов импортных поставок (для сравнения: в 2010 г. – 6,1 %). Продукция вывозится из России в основном в страны СНГ, доля которых за исследуемый период превышала 94 % (табл. 3).

Таблица 3

Год	Объем экспорта		Средняя контрактная экспортная цена, долл/т
	т	тыс. долл.	
2006	13615	33439,8	2456
2007	21303	58371,8	2740
2008	23755	76025,4	3200
2009	21443	59971,5	2797
2010	18069	52834,4	2924
2011	12647	43338,5	3427

В течение рассматриваемого периода наиболее успешным для российских производителей был предкризисный 2008 г., когда объемы экспортных поставок сыров и творога достигли максимума как в количественном, так и в стоимостном выражении. Было вывезено в зарубежные страны почти 24 тыс. т на сумму более 76 млн долл. Однако экономический кризис оказал влияние на объемы экспортных поставок, уровень

которых составил в 2011 г. в количественном выражении 53 %, стоимостном – 57 % от объемов 2008 г.

Интересно отметить, что уровень средних контрактных экспортных цен в своей динамике отстает от импортных. Так, если в 2006 г. экспортная цена составляла 90 % от импортной, 2007 г. – 76, 2009 г. – 73 %, то в 2010 г. – 65 %, 2011 г. – 68 %.

До 2008 г. наблюдалась тенденция роста средних контрактных экспортных цен на сыры и творог. В кризисный 2009 г. большинство потребителей стали приобретать более дешевую продукцию, поэтому средние контрактные цены уменьшились по сравнению с предыдущим годом. В 2010 г. рост цен возобновился, а в 2011 г. продолжился, цена возросла по сравнению с предыдущим годом на 17,2 %.

Отметим, что цена 2011 г. на 40 % выше уровня цены 2006 г.

Данные об объемах российского экспорта данного вида продукции и контрактных ценах в 2011 г. представлены в табл. 4.

Таблица 4

Основные страны-получатели сыров и творога в 2011 г. (код ТН ВЭД 04.06)	Объем экспорта		Контрактная цена, долл/т
	т	тыс. долл.	
<b>Всего</b>	<b>12647</b>	<b>43338,5</b>	<b>3427*</b>
Страны дальнего зарубежья	697	3093,3	4438
Страны СНГ	11950	40245,2	3368
Абхазия	109	589,6	5409
Азербайджан	2243	7715,8	3440
Армения	213	904,1	4245
Грузия	280	938,2	3351
Киргизия	325	1401,7	4313
Республика Молдова	329	1424,3	4329
Монголия	245	1226,3	5005
Соединенные Штаты Америки	49	253,9	5182
Таджикистан	808	476,5	590
Туркмения	1527	2952,9	1934
Узбекистан	596	792,3	1329
Украина	5908	24577,7	4160
Прочие	14	85,2	6086

\* Средняя контрактная цена.

По таможенной позиции 04.06 «Сыры и творог» в 2011 г. продукция поставлялась главным образом в страны СНГ. Доля этих стран превысила 94 % в общем объеме российского экспорта. Продукция поставлялась более чем в 13 стран, причем наибольшее количество было вывезено из России в Украину – почти 47 % от общего объема российского экспорта.

Средняя контрактная экспортная цена на сыры и творог в 2011 г. – 3427 долл/т, при этом средняя цена поставок в дальнее зарубежье составила 4438 долл/т, в страны СНГ – 3368 долл/т.

Самая дорогая продукция в 2011 г. была поставлена в Абхазию на сумму 589,6 тыс. долл., при этом средняя контрактная экспортная цена поставок в эту страну превысила 5409 долл/т. Традиционно дорогая продукция поставляется из России в США и Монголию – 5182 и 5005 долл/т соответственно.

По ценам, примерно соответствующим средним контрактным, продукция поставлялась из России в Азербайджан и Грузию. Самая дешевая продукция, как и в предыдущие периоды, вывозится в Таджикистан. Средняя контрактная экспортная цена поставок продукции в эту страну в 2011 г. составила 590 долл/т.

## Рынок сыра в России активно развивается

По итогам 2012 г. в России произведено 460 тыс. т сыра, что на 12 % больше аналогичного уровня 2011 г. В стоимостном выражении объем рынка составил 51,3 млрд руб., в 2011 г. – 45,8 млрд руб., что на 19,2 % больше уровня 2010 г. В России стабильно растет потребление сыра, что делает отрасль одной из наиболее динамично развивающихся в молочной индустрии. Согласно Государственной программе развития пищевой промышленности Правительство России планирует инвестировать 100 млрд руб. в развитие молокоперерабатывающей отрасли в течение ближайших восьми лет, что позволит увеличить объем производства сыра на 25 % – до 576 тыс. т в год. Вместе с тем эксперты отмечают, что сыроделие все еще испытывает определенные проблемы, которые мешают ему развиваться планомерно.

Так, потребление сыров на душу населения в России за последние три года повысилось практически на 4 %. На плавленый сыр приходится около 38 % потребления, на твердые – 29 %, полутвердые – 8 %, остальное – на мягкие, копченые, рассольные. Вместе с тем значительную часть рынка сыров России занимают сыры самой низкой ценовой категории, такие, например, как «Российский», «Пошехонский» и «Голландский» (до 200 руб/кг) – 43 %, сыры среднего (от 200 до 250 руб/кг) и больше среднего ценового сегмента (от 250 до 330) – 24 и 22 % соответственно, среди них «Эдам», «Гауда», «Маасдам». Сыры наиболее высокого ценового сегмента (дороже 330 руб/кг) составляют 11 % рынка – «Рокфор»,



«Kaserei», «Champignon» и др. Это связано с низкой покупательной способностью населения, в результате чего более 40 % потребителей в России не могут позволить себе без вреда для своего бюджета регулярно покупать сыры высокого ценового сегмента.

Несмотря на развитие внутреннего производства, Россия продолжает импортировать большое количество сыров из-за границы, конкурентоспособных по цене и качеству. По мнению большинства экспертов, это также тормозит развитие сыроделия в России. Основные импортеры сыра в Россию – Украина, Литва, Германия, Финляндия, Польша, Нидерланды, Франция. Вместе с тем эксперты предостерегают, что в ближайшие годы импорт сыра в Россию вырастет из-за вступления России в ВТО, которое в первую очередь даст новые козыри европейским производителям.

В рамках договоренности о вступлении в ВТО Россия снизила таможенную пошлину на многие виды сыра. Российские эксперты сходятся на том, что снижение пошлин может внести изменения в структуру потребления, поскольку импортная продукция подешевеет. Прогнозируется, что доля Украины в ближайшие годы будет снижаться примерно на 2–3 % в год, возможно, и быстрее, Литвы останется стабильной, в то время как стран Западной Европы и в первую очередь Германии и Нидерландов может возрасти в 1,5 раза в течение ближайших 5 лет.

Параллельно эксперты прогнозируют, что в скором времени крупнейшие мировые компании, специализирующиеся на производстве сыров, могут начать экспансию в Россию. Многие западные производители уже заявили о своем желании инвестировать средства в развитие собственного сыродельного бизнеса в России, например «Валио» и «Свалля». Эксперты считают, что в ближайшие 2 года рынок пополнится новыми иностранными производителями.

## Основные тенденции на рынке сыров

*Оценку российскому сырному рынку дали аналитики журнала «Биржевой лидер» Profi-forex.org*

### Что мешает бурному росту потребления сыров?

Сегодня сыродельная отрасль, конечно, развивается не плохо, но все-таки имеет ряд тормозящих быстрый рост обстоятельств:

- россияне употребляют намного меньше сыра, чем европейцы. Также потребители не считают сыр самостоятельным продуктом, чаще всего он идет в тандеме к бутерброду или с нарезкой к вину;
- отечественные сыродельные заводы производят только 30 % сыров, остальные 70 % вырабатывают мини-сыроварни и небольшие молокозаводы. А заниматься продвижением своих брендов в состоянии лишь крупные корпорации;
- низкое качество пиара и рекламного продвижения сырной продукции;
- сыр не относится к товарам первой необходимости.

### Кто сегодня катается как сыр в масле?

Каждый сегмент сырного рынка отличается своей конкурентной ситуацией. Производство белого мягкого и пастообразного плавленого сыра имеет высокую степень брендируемости, и именно здесь работают компании, которые занимают наибольшую часть рынка. Ведущие компании в сегменте белых мягких сыров – Arla Foods (Дания), Flechard S.A. (Франция), Hochland SE, Kaserei Champignon Hofmeister GmbH & Co. KG (Германия), Lactalis Group (Франция), концерн Unilever (Великобритания–Голландия), ОАО «Молочный завод «Пиагинский» (Республика Адыгея).

Сегмент пастообразных плавленых сыров в основном поделен между крупными иностранными компаниями: Lactalis Group, Hochland, Valio Ltd. (Финляндия). Значительную долю рынка занимает отечественная компания ОАО «Карат» (Москва). Для сегмента желтого твердого и колбасного сыра свойственна меньшая степень брендируемости. Основная борьба разворачивается не между различными брендами, а между небрендируемой продукцией и брендами. Большую часть сегмента занимают российские компании, а также из стран даль-





него и ближнего зарубежья. Колбасные сыры почти полностью представлены отечественными компаниями: ОАО «Вамин Татарстан», Омский завод плавяных сыров, маслосырзавод «Порховский», Рязанский завод плавяных сыров.

Тема натуральности товара — наиболее активно в этом направлении продвигается торговая марка «Arla» (компания Arla Foods), заявляющая о натуральности как о главном принципе компании. Идея реализуется в разработке экологически чистых и органических продуктов, создании сайта, который посвящен натуральности выпускаемых товаров и вопросам экологии. Также в рамках этого направления компания Arla продвигает отдельные бренды, например линейку сыров «Natura».

Согласно информации Euromonitor International прогнозируется положительная динамика роста всех товарных групп рынка сыра, так как на внутреннем рынке страны производимой продукции недостаточно для удовлетворения спроса потребителей. Так, производство сыра повысилось за последние пять лет на 22,66 %, а потребление — на 26,82 %, пока-

затель потребления сыра выше производства на 4,16 %. В ближайшие семь лет в России ожидается увеличение потребления сыра в среднем на треть, причем самый большой потенциал к росту имеет сегмент твердых сыров высокого качества.

#### Рейтинг присутствия в Интернете российских брендов сыров

Список составлен по двум прозрачным показателям: количество запросов в Яндексе и упоминаний в «Яндекс. Новостях». По этим показателям можно определить, какое внимание той или иной торговой марке уделяют пользователи и насколько активно работает собственная служба маркетинга для создания инфоповодов вокруг своего бренда.

Из данных таблицы следует: самая популярная торговая марка — сыр «Российский» (что вполне логично), за месяц его искали более 3,6 тыс. раз. За ним следуют «Дор Блю» — более 3 тыс. запросов по названию и «Голландский» — свыше 2,7 тыс. Малоизвестными потребителям брендами сыра являются: «Вамин», «Янтарный мир», «Jarlsberg».

Упомянутость в Интернете является опережающим показателем, который

№ п/п	Торговая марка сыра	Количество запросов в Яндексе за месяц	Количество упоминаний в «Яндекс. Новостях» за месяц
1	«Российский»	3683	20
2	«Дор Блю»	3016	11
3	«Голландский»	2704	14
4	«Маасдам»	2394	5
5	«Гауда»	1966	11
6	«Рокфор»	1389	1
7	«Карат»	1226	7
8	«Эдам»	689	3
9	«Пошехонский»	623	3
10	«Стародубские сыры»	487	2
11	«Комстромской»	426	4
12	«Город Сыра»	376	0
13	«President»	370	0
14	«Arla»	183	3
15	«Hochland»	162	1
16	«Viola»	150	4
17	«Frico»	102	0
18	«Вамин»	98	1
19	«Янтарный мир»	79	0
20	«Jarlsberg»	41	1

дает возможность спрогнозировать, какая торговая марка сыра стремится завоевать потребителя, а какая пустила все на самотек и не ведет активную рекламную политику. Уровень PR-размещений в Интернете производителей сыров в России очень низкий, а значит, и привлечь к продукции больше потребителей будет затруднительно, если не изменить свою рекламную политику.



**ВАШ АССИСТЕНТ В ПЕРЕРАБОТКЕ МОЛОКА**

 **РОССИЯ**  
г. Москва  
Тел. +7 495 765 65 74  
email: milk@ekokom.ru

 **УКРАИНА**  
г. Днепропетровск  
Тел. +38 050 320 19 15  
e-mail: milk@ekokom.com.ua

 **БЕЛАРУСЬ**  
г. Минск  
Тел. +375 296 90 28 02  
e-mail: milk@ekokom.by

WWW.EKOKOM.COM



Заквасочные культуры и ингредиенты

 Оборудование для переработки молока