

## **Здоровье и удовольствие**

По данным Молочного союза России в 2007г. в России было продано 38,3 млн. тонн молочных продуктов. Из всех категорий молочной продукции доля йогуртов на рынке составляет около **9%** в натуральном выражении, при этом доля вязких йогуртов сокращается, а питьевых возрастает. Таким образом, учитывая данные экспертов, в 2007г. в России было продано около 3,4 млн. тонн йогуртов, что составляет 706 млн. долл.

Что касается потребления, то в 2007г. на одного россиянина приходились **270 кг молочной продукции**, а это на 120 кг меньше медицинской нормы. Например, средний француз ежегодно употребляет в пищу более 400 кг молока и молочных продуктов, а скандинавы более 500 кг.

Говоря о потреблении **йогуртов** на одного человека, эксперты отмечают, что в России данный показатель находится на отметке **2,5 кг в год**, тогда как в европейских странах этот показатель составляет 15 кг.

Таким образом, российский рынок обладает значительным запасом роста. Однако производители никак не могут проработать методы воздействия на потребителей с целью увеличения потребления.

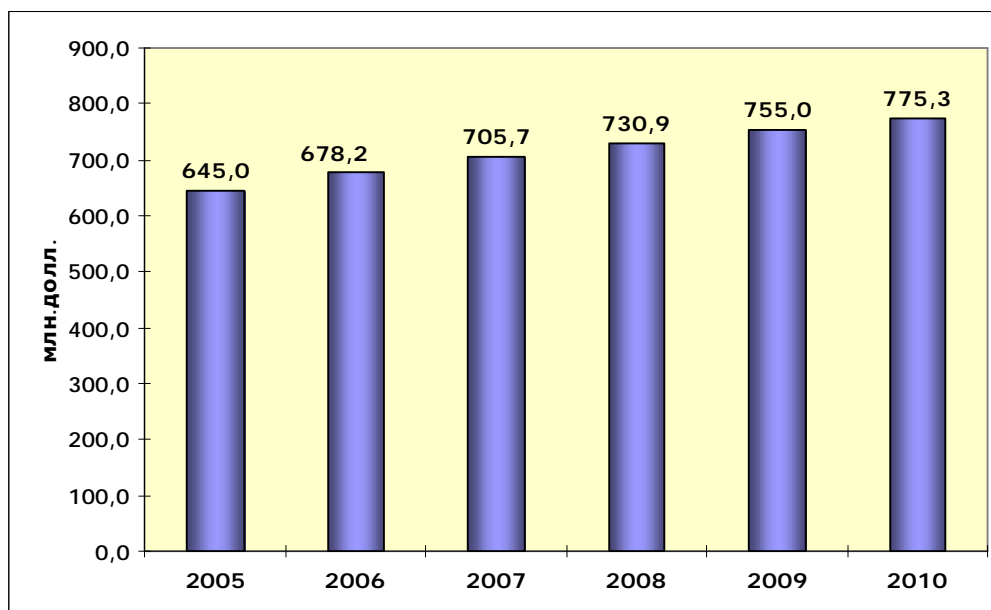
## **Темпы роста Рынка**

В целом, по данным отраслевых агентств, в 2007г. рынок молочных продуктов вырос на 1% в натуральном выражении и на 7% в денежном (за исключением масла, маргарина и плавленых сыров). При этом, прирост категории «питьевой йогурт», составил, в 2007г. по сравнению с 2006 годом, - 24%.

По данным экспертов питьевой сегмент, рынка йогуртов растет не менее 15% в год, в то время как прирост в густом сегменте составляет ежегодно не более 1-3%.

## Прогноз развития рынка йогуртов

ДИАГРАММА 1. ОБЪЕМ РЫНКА ЙОГУРТОВ В ДЕНЕЖНОМ ВЫРАЖЕНИИ 2005-2010г.г., млн. долл.



Согласно данному прогнозу к 2010г. объем рынка в денежном выражении составит 775,3 млн. долл.

### Игроки рынка

Несмотря на то, что продукция крупнейших производителей представлена во всех регионах, в каждом регионе имеется свои «Местные» лидеры, занимающие существенную его долю.

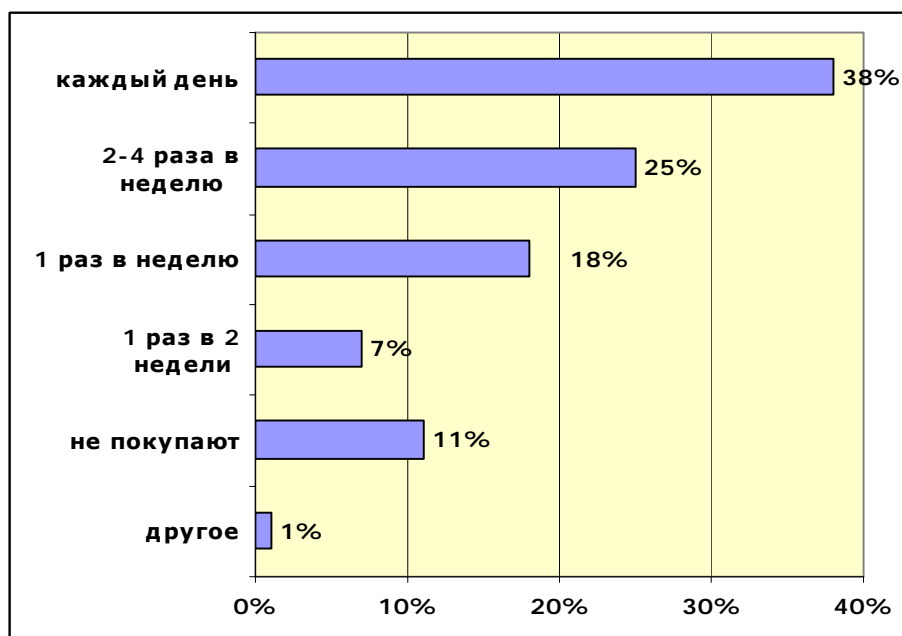
**Укрупнение компаний в данной отрасли.** В ближайшие годы можно прогнозировать усиление интеграционных процессов на рынке на региональном и федеральном уровне. При этом формой, получившей распространение, является покупка контрольных пакетов акций, как перерабатывающих предприятий, так и сельскохозяйственных производителей молочного сырья.

Одной из наиболее динамично развивающихся компаний на российском рынке, является компания «Юнимилк», ведущую агрессивную политику на рынке.

Можно отметить, что «Вимм-Билль-Данн» и «Юнимилк» имеют схожие стратегии развития, наращивая долю рынка путем поглощения региональных производств. Однако стратегия «Юнимилка» имеет более агрессивный характер, скупая только ведущие предприятия страны, компания продвигается «из регионов к центру».

Что касается **анализа потребителей**, то по результатам опроса можно отметить, что большинство респондентов употребляют йогурт ежедневно, их доля составляет 38% от числа респондентов.

**ДИАГРАММА 2. ЧАСТОТА ПОТРЕБЛЕНИЯ ЙОГУРТОВ, %**



В свою очередь частоту потребления йогуртов – 2-4 раза в неделю, отметили 25%. Наименее частое потребление йогуртов (1 раз в 2 недели), отметили 7% от числа респондентов принявших участие в опросе.

Большинство респондентов ежедневно употребляют в пищу йогурт, их доля в общем массиве данных составляет 38%. На долю те, кто употребляет ежедневно кефир, приходится 29% от числа опрошенных. Таким образом, можно говорить, что йогурты являются наиболее часто потребляемым продуктом по сравнению с другими кисломолочными товарами.