



Современные тенденции развития промышленности пищевых добавок и ингредиентов

С.В. Ван Моурик
ООО «Аспасвит»

Рынок пищевых добавок напрямую зависит от требований продовольственного рынка, в значительной степени определяет его развитие и, в свою очередь, оказывает влияние на рост производства продуктов питания и расширение их ассортимента. Намечившееся в последние годы увеличение спроса на продукты с повышенной степенью готовности или продукты, полностью готовые к употреблению, поддерживает стабильную тенденцию роста мирового рынка пищевых добавок, в особенности тех, которые увеличивают сроки хранения, придают продуктам лучшие насыщенность, текстуру, вкус.

В области пищевых добавок в основном конкурируют две отрасли – специализированные предприятия по производству ингредиентов и химические компании, занимающиеся в первую очередь выпуском добавок для пищевых продуктов и напитков, а уже во вторую очередь – производством компонентов для непищевых отраслей промышленности. Как правило, компании специализируются на производстве добавок, относящихся не более чем к 2–3 секторам, за исключением некоторых фирм (например Danisco Cultor), выпускающих широкий ряд различных категорий пищевых добавок.

Характерной сегодня является тенденция на специализацию предприятий в определенном секторе – с одной стороны, и на поставку всеобъемлющего ряда продуктов данного сектора – с другой. Кроме того, важное направление для таких предприятий – выпуск добавок для конкретных областей применения по требованию производителей определенных групп и видов пищевых продуктов.

Сильнейшая конкуренция со стороны китайских компаний, производящих более дешевые ингредиенты, оказала влияние на определенные области промышленности пищевых добавок, что привело к снижению цен и прибыли компаний. Этот фактор побудил основных западных

производителей создавать крупные объединения или основывать собственные производственные предприятия на территории Китая.

Все вышеназванные тенденции сыграли свою роль в дальнейшей консолидации промышленности пищевых добавок с одновременными крупными инвестициями в приобретение заводов в различных странах мира и расширением ряда производимых на них продуктов. Примером такого процесса на рынке пищевых добавок, и в частности в мировом производстве ароматизаторов, может служить приобретение компанией IFF (США) фирмы Bush Boake Allen в 2000 г., что вывело компанию на лидирующие позиции в мире. В 2002 г. произошло объединение фирм Naarmann & Reiner и Dragoco (Германия) в концерн Symrise, который стал третьим в мире по производству ароматизаторов. Фирма Dragoco, входящая в этот концерн, осуществляет более 85 % продаж за счет продукции, производимой вне Германии. Наибольший прирост был обеспечен предприятиями фирмы Dragoco в Юго-Восточной Азии, на Ближнем Востоке и в Восточной Европе, а в 2000 г. был введен в действие крупнейший завод этой фирмы в Шанхае (Китай).

Одновременно с процессом концентрации капитала прослеживается тенденция к реструктуризации и дальнейшей специализации предприятий, которые ориентируются на производство продуктов, относящихся к меньшему количеству секторов пищевых добавок, но с более широким диапазоном продуктов внутри каждого сектора.

Общие продажи пищевых добавок в мире оцениваются более чем в 20 млрд долл. США в год. Они составляют довольно значительный объем ингредиентов, поставляемых предприятиям, производящим пищевые продукты и напитки, рынок которых оценивается в 2.000 млрд долл. США ежегодно. На ароматизаторы приходится более 5 млрд долл. США, гидроколлоиды – около 3 млрд, усилители вкуса и аромата – более 2,7 млрд, регуляторы кислотности – более 2,4 млрд, подсластители – около 2 млрд долл. США. В табл. 1 приведены данные объемов продаж для наиболее значимых ка-

Таблица 1
Рынок пищевых добавок, млрд долл. США

Пищевые добавки	2001 г.	2005 г. *)	Ежегодный прирост в 2001-2005 гг., %
Ароматизаторы	5,500		
Гидроколлоиды	2,965		
Усилители вкуса и аромата			
Регуляторы кислотности	2,407	2,550	1,5
Подсластители			
Красители			3,6
Заменители жиров	0,830	0,970	4,0
Ферментные препараты	0,700	0,800	3,4
Консерванты	0,680	0,770	3,2
Эмульгаторы	0,595	0,650	2,2
Витамины и минералы	0,400	0,480	4,7
Антиоксиданты	0,260	0,290	2,8

Примечание: *) Данные прогноза

Таблица 2
Рынок пищевых добавок, тыс. т

Пищевые добавки	2001 г.	2005 г. *)	Ежегодный прирост в 2001-2005 гг., %
Гидроколлоиды	1,570	1,670	1,6
Усилители вкуса и аромата	1,482	1,700	3,5
Регуляторы кислотности	1,407	1,460	3,1
Подсластители	1,500	1,595	3,1
Консерванты	278	301	2,0
Эмульгаторы	380	420	2,5
Витамины и минералы	45	55	5,1

Примечание: *) Данные прогноза

тегорий пищевых добавок по состоянию на 2001 г. и прогноз к 2005 г. Как видно из таблицы, ожидаемое увеличение объема рынка пищевых добавок составит 2–3 % в год. В результате общий объем продаж возрастет к 2005 г. до 22 млрд, а к 2010 г. – до 25 млрд долл. США.

Рост рынка пищевых добавок в объемном выражении (по количеству продукта) в основном соответствует цифрам роста в стоимостном выражении, хотя в некоторых категориях прослеживается сильная зависимость от колебаний мирового уровня цен. Пищевые ингредиенты, производимые в Китае и других странах Азии, продолжают активно внедряться на международный рынок и в настоящее время составляют сильнейшую конкуренцию для производителей Европы и США. Поэтому для некоторых категорий пищевых добавок уровень роста рынка в объемном выражении может быть выше, чем его рост в стоимостном выражении. Например, прогнозируемые цифры для регуляторов кислотности в стоимостном выражении составляют около 1,5 % в год, в то время как в объемном выражении – более 3 %, что происходит из-за продолжающегося ценового давления на рынок. К сожалению, данные по объему выпуска пищевых добавок имеются не для всех категорий продуктов (табл. 2).

Одним из основных факторов роста рынка ингредиентов является общая мировая тенденция более глубокой переработки пищевых продуктов. Производители ингредиентов направляют свои усилия на то, чтобы найти решения, которые удовлетворяли бы конкретные требования производителей пищевых продуктов.

Все возрастающий интерес к здоровой пище также заметно влияет на индустрию пищевых добавок. Требования к снижению содержания жиров и калорийности продуктов, появление целого ряда функциональных продуктов питания обеспечили рост в секторах заменителей жиров, гидрокол-

лоидов, подсластителей, витаминов и минералов и других добавок. С дальнейшим развитием рынка функциональных пищевых продуктов сектор специализированных ингредиентов будет непрерывно расширяться.

Еще один фактор роста, связанный со здоровьем людей, – это необходимость обеспечения рынка натуральными и органическими продуктами питания. Все большее и большее количество потребителей обращают свое внимание на натуральные ингредиенты как альтернативу различного рода химическим добавкам, все еще широко применяемым на крупных пищевых производствах. Это, в свою очередь, оказывает возрастающее давление на производителей пищевых добавок, требует от них создания ингредиентов на натуральной основе, что особенно заметно в секторах ароматизаторов и красителей, в которых натуральные ингредиенты начинают занимать все более значительную долю по сравнению с продуктами на синтетической основе.

В секторе подсластителей также проявляется тенденция на использование продуктов, изготавливаемых из натурального природного сырья, а для химически синтезируемых ингредиентов – в направлении более широкого применения качественных и безопасных подсластителей (аспартам, сукралоза) взамен более дешевых и менее качественных (сахарин, цикламат).

Мировые тенденции рынка пищевых добавок, безусловно, влияют и на развитие российского рынка почти во всех категориях. Можно ожидать, что по основным секторам пищевых добавок показатели роста продаж и структура рынка будут приближаться к мировым. С улучшением общих экономических показателей в стране и ростом благосостояния людей структура отечественного рынка будет изменяться в сторону увеличения продаж более дорогих и качественных ингредиентов, а также натуральных добавок, что также будет отражать мировые тенденции.

Состояние рынка пектинов в России

Т.Е.Лейн
ООО «КПФ Милорада»

МИЛ
РАДА®

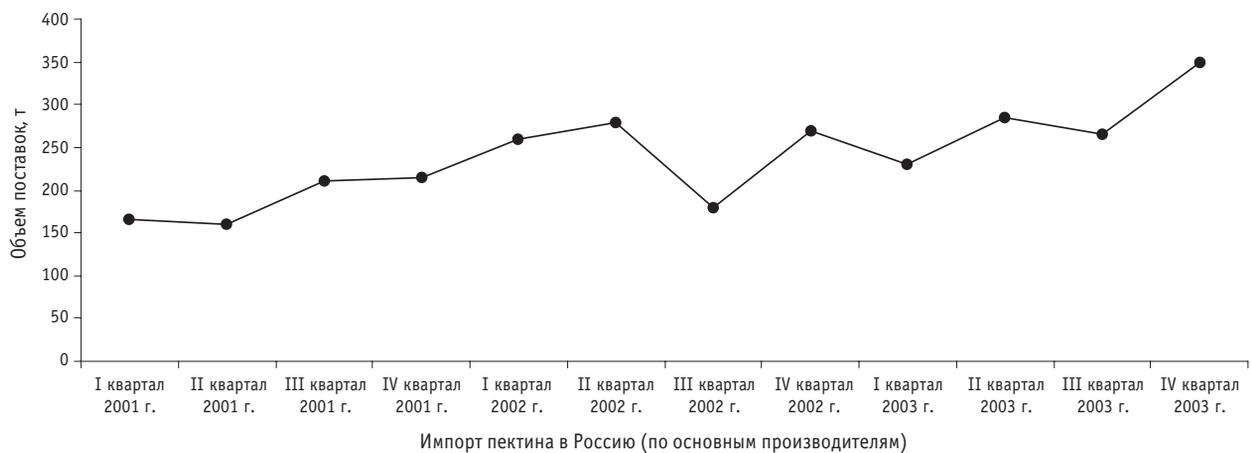
Пектин активно начал использоваться в российской пищевой индустрии с 80-х годов XX в. и за прошедшее время занял прочное место в числе ингредиентов, определяющих развитие отрасли продуктов питания.

В последние два-три года наблюдается стабильный рост объема рынка пектина в стране (в натуральном выражении). Это обусловлено рядом факторов, среди которых – развитие кондитерского производства (7 % в натуральном выражении против 5 % по пищевой промышленности в целом). Другой переменной, оказывающей на рынок гораздо большее влияние, стало расширение числа сфер применения пектина, в первую очередь за счет их использования в молочной промышленности. Наиболее ярко выражено увеличение потребления пектинов в выработке йогуртов. Рынок йогуртов прирастает на 16–20 % ежегодно и постепенное замедление темпов ожидается лишь к 2005 г., когда среднестатистическое потребление этого кисломолочного продукта увеличится в 2 раза с сегодняшних 1,5 кг в год. В Европе расширение потребления пектинов обусловлено также отказом производителей продуктов питания от ингредиентов животного происхождения (в частности желатина). В России эта тенденция лишь намечается. Помимо йогуртовых продуктов на рост рынка влияет появление различных безалкогольных напитков с использованием пектина, в том числе комбинаций молока или йогурта и сока.

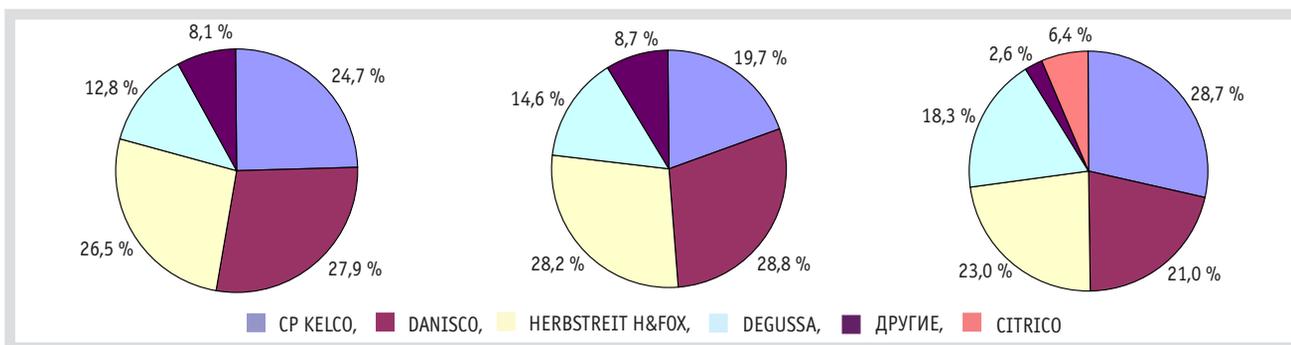
Отечественная пищевая промышленность так и не смогла наладить выпуск пектинов, хотя бизнес-планов было разработано большое количество. Во многом это объясняется сырьевыми проблемами. В СССР имелось сырье для получения яблочного пектина, однако после распада Союза его источники оказались за границей России. К тому же, за последние годы мировая технология производства пектина ушла столь далеко, что на сегодняшний момент возможность создания своими силами конкурентоспособного производства представляется сомнительной. Поэтому подавляющее большинство пектинов, используемых нашей пищевой промышленностью, импортируется из-за границы. Основные мощности по их выработке располагаются в Германии и Дании, откуда они и поступают в Россию.

Следует отметить, что, несмотря на предложения получать пектины из свеклы, капусты, тыквы и других плодов и овощей, до сих пор на мировом рынке самыми используемыми остаются пектины, произведенные из цитрусовых (корки лайма, грейпфрута, лимона или апельсина) и из отдельных сортов яблок (обычно из отжимов сокового производства, где не применяется ферментативный гидролиз с це-





Импорт пектина в Россию (по основным производителям)



Структура рынка пектина в России (по основным производителям)

люю повышения сокоотдачи сырья). Среди двух основных видов пектина с каждым годом увеличивается доля цитрусового.

Из всех производимых в мире пектинов 85–90 % – предназначено для пищевой промышленности. Мировой рынок этих ингредиентов стабильно растет на 5–7 % ежегодно. И производители постоянно увеличивают свои мощности. Так, компания Danisco в 2002 г. расширила мощности своего завода в Чехии на 40 %. А в 2003 г. она же вложила 40 млн датских крон в предприятие в Мексике, которое с апреля 2004 г. будет получать низкометоксилированный пектин, что позволит компании удвоить выпуск этой продукции. Компания CP Kelco, в свою очередь, в мае 2003 г. объявила об увеличении производительности заводов в Дании и Бразилии. Датский завод на 15% увеличил выпуск низкометоксилированного пектина, а бразильский – удвоил производство высокометоксилированного пектина.

Мировой рынок пектинов для пищевой промышленности поделен между несколькими крупными производителями. Главенствует среди них компания CP Kelco (США-Дания). Ее доля составляет 45 %, она является лидером именно в быстроразвивающемся сегменте пектинов для молоч-

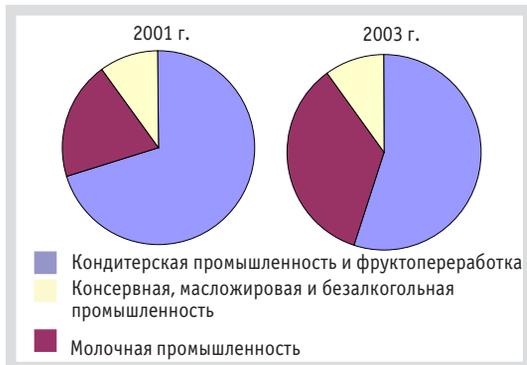
ной промышленности. 23–25 % контролирует компания Danisco (Дания), еще около 13–15 % – компания Herbsteith&Fox (Германия), являющаяся основным поставщиком яблочных пектинов. На рынке также присутствует компания Degussa (до присоединения к компании Degussa в 2001 г. пектины поставлялись от производителя SKW) – порядка 10 % рынка, компания Citrico, завод которой был построен сравнительно недавно (в 2000–2001 гг.) – около 7 %. Остальные 2–3% рынка распределены между небольшими местными производителями.

Говоря о России, можно оценить общий объем рынка пектина в 1–1,2 тыс. т в год. Причем за последние три года он в натуральном выражении вырос больше чем на 50 %. Определяющую роль играют те же компании, что и во всем мире, но распределение между ними нашего рынка в последние годы было несколько иное, хотя в 2003 г. ситуация стала похожа на общемировую.

Среди тенденций отечественного рынка можно выделить уменьшение числа представленных на нем производителей. Если в 2001 г. помимо CP Kelco, Danisco, Herbsteith&Fox и Degussa в Россию ввозился пектин еще 5–6 компаний из таких стран, как Чехия, Испания, то в структуре импорта 2003 г. они практически отсутствуют. Это отражает и общемировую тенденцию к созданию олигополии на этом рынке. Характерным следствием, помимо сокращения числа игроков на рынке, стали стабилизация цены и создание многочисленных специфических пектинов, разработанных для различных типов пищевых продуктов.

Можно прогнозировать продолжение роста российского рынка пектинов в течение последующих года-двух на 15–20 % в год в натуральном выражении с последующей стабилизацией.

Выводы данной статьи являются результатом личных исследований автора и не могут рассматриваться как официальные данные.



Потребление пектина в России по отраслям