Возможности экспорта кыргызской продукции Томатная паста

Внутреннее производство в Кыргызстане

Производству томатов и томатной пасты в Кыргызстане уделялось большое значение, но за последние пять лет производство свежих томатов резко сократилось (в 4 раза!), что соответственно сказалось на объемах производства томатной пасты. Примерно 12 предприятий имеют оборудование по производству томатной пасты, из которых 5 не выпускают томатную пасту.

По приблизительной оценке, технические возможности перерабатывающих предприятий позволяют выпускать до 20 тыс.тонн 30% томатной пасты в год. Фактическое производство составляет меньше 5%. Всего в 2000 году было выпущено 12 млн.усл.банок консервов томатных.

Потенциал для продаж на Российском рынке

Потребление томатной пасты на рынке России увеличивается за счет производства и потребления кетчупов и соусов, приготовленных на основе томатной пасты. По сравнению с 1998 годом рынок потребления кетчупов вырос на 22% и потребление составляет 0.7 кг на душу населения в год.

Лидером рынка является компания-производитель «Балтимор» (марки «Балтимор», «Восточный гурман», «Красна Дарья», «Татарский», «Адмирал»), доля рынка которого составляет 52%. Второе место на рынке заняла компания «Петросоюз».

Основными поставщиками томатной пасты на российский рынок являются: Китай, Турция, Италия, Голландия, Иран, Узбекистан, где европейские страны, в основном, предлагают томатную пасту

фасованную в мелкую с/банку или ж/б весом от 70г до 800г, а другие страны предлагают том.пасту в металлических бочках (ж/б) весом до 9.2 кг (Узбекистан) или в асептичесокй таре (евробочках) весом 200, 230 кг. Иранская т/паста имеет много нареканий в отношении качества. Считается, что такая паста имеет добавки в виде красителей для придания ей более насыщенного цвета.

Информацию о потребности в томатной пасте можно часто встретить на сайтах Интеренет, например http://www.fruits.ru/forum в рубрике «Биржа – поиск партнеров» от 04.04.02 был сделан запрос на покупку томатной пасты и соков. В то же время, в ассоциации «Консервпром» быдо отмечено, что есть заинтересованность в приобретении 30% том.пасты в количестве 1000 тонн по цене 20руб/кг в Москве и до 2000 тонн яблочного и абрикосового пюре в асептической мешках. Одним из крупных партнеров для кыргызских предприятий может стать компания «Балтимор», которая имеет 5 собственных фабрик – Москва, С.Петербург, Краснодар, Хабаровск, Узбекистан по выпуску кетчупов на основе 30-38% том. пасты – до 1000 т/мес.(на С.Петербургском заводе), приобретая по цене $ 0.6/кг, а также применяет лук суш. – 84 т/год, морковь – 80 т/год, паприка – 400 т/год.

Требования к качеству продукции и упаковке, условия поставок

На томатную пасту распространяется ГОСТ 3343-89Е.

Таблица 4. Продукт, упаковка, цена в Москве, С.Петербурге

Наименование продукта	Упаковка, представленная на рынке	Ср.цена кыргыз. Продукта $/кг	Оптовая цена, $/кг	
			Мин.	Макс.
Для розничной торговли				

Томатная паста 25-28% (Италия)	с/б, крышка Т-off, емк. 0.25, 0.27, 0.30, 0.320, 0.48, 0.55, 0.80 кг		0.75	1.0
Томатная паста 25-28% (Россия)	ж/б емк. 0.07, 0.140, 0.33, 0.40, 0.80, 1.0 кг		0.70	0.85
Для пищевых производств				
Томатная паста 30% (Турция)	Асептик, евробочка 200 кг		0.90	1.10
Томатная паста 36-38% (Китай)	Асептик, ж/б бочки 230 кг		0.73	0.76
Томатная паста 36-38% (Иран)	Асептик, 230 кг, ж/б		0.80	1.25
Томатная паста 30% (Узбекистан)	ж/б 9.2 кг	0.70	0.72	0.78

Вывод

Хотя качество производимой томатной пасты в Кыргызстане и высоко оценивается экспертами, но отсутствие асептической упаковки не позволит кыргызским предприятиям наладить контакты с крупными пищевыми предприятиями Москвы и С.Петербурга, а продажа через оптовые базы (в пункты общественного питания, бюджетные организации, заводские столовые или малые пищевые предприятия) не позволит получить хорошую цену. Продвижение продукции через розничную торговлю не выдержит конкуренции из-за неприглядности и большой емкости стеклянной тары.

Предлагается три пути выхода на Российский и Казахский рынки:

Наиболее реальный и быстрый: Установка асептических упаковочных линий для доведения товарного вида полуфабриката на предмет поставок данной продукции на пищевые предприятия (Business to Business), производящие различные кетчупы и соусы на основе томатной пасты, а также консервы-супы, овощные смеси с добавлением томатной пасты.

Наиболее дорогостоящий и долгосрочный: Разработка новых видов продукции (например, аналогичной компании «Балтимор») в связи с тенденцией сокращения потребления томатной пасты в ее чистом виде и роста продаж томатной пасты с различными добавками (специи, овощи и т.д.) в виде соусов и кетчупов, что также подтверждается малым ассортиментом томатной пасты в ее чистом виде в розничной торговле. Данный путь потребует больших финансовых и временных ресурсов засчет разработки технических условий (ТУ), торговой марки, дизайна упаковки, приобретения и установки упаковочных линий, поиска поставщиков тары, построения сети сбыта готового продукта и раскрутки продукции.

Наиболее пессимистичный: Расширять сбыт в Сибирском регионе России продукции в том же виде и ассортименте, который присутствует у кыргызских предприятий на сегодняшний день, в до тех пор, пока продукция не будет вытеснена с рынка конкурентами (например, Китайской и Узбекской продукцией, как это происходит со свежими яблоками на рынке Новосибирска, когда кыргызская продукция не может конкурировать с Китайской по качеству сохранности и упаковки товара, и по цене – с подобного качества Узбекской продукцией). Прогноз продолжительности присутствия на данном рынке может составить еще 2-3 года.