



Исследование автора показало, что отечественный рынок в основном заполнен некачественными и относительно дорогими соками из зарубежного концентрата, производимыми компаниями, которые являются российскими только по названию. Нужна государственная политика, которая жестко регламентирует качество и будет способствовать использованию собственной сырьевой базы.

*Ключевые слова:* рынок соков, импорт, зарубежный капитал, таможенная политика, ставка акциза

---

---

## РЫНОК СОКОВ: прошлое, настоящее, будущее\*

С. Ю. БАРСУКОВА,  
*доктор социологических наук,  
Государственный университет – Высшая школа экономики,  
Москва  
E-mail: sobars@mail.ru*

В обществе разрастается патриотизм потребителей, сводящийся к желанию покупать отечественные продукты. Среди товаров с минимальной долей импорта значатся соки. Статистика фиксирует их отечественное происхождение. Но насколько «наше» таковым является?

Ряд важных замечаний:

1) существуют значительные трудности в интерпретации «соковой» статистики. На первый взгляд, цифры свидетельствуют о лидирующих позициях страны в потреблении соковой продукции. Но отождествлять соковую продукцию и соки принципиально неверно. Соковая продукция включает в себя соки, нектары и сокосодержащие напитки (например, морсы). Мы будем говорить только о соках;

2) из анализа исключаются так называемые соки с мякотью, поскольку они, строго говоря, соками не являются –

---

\* Статья написана при поддержке РГНФ и НЦНИ (Национального центра научных исследований Франции) в рамках проекта «Бытовой патриотизм в современной России» (№ 08-03-94691 а / Фр). Огромная благодарность за консультацию – члену научно-экспертного совета по аграрной политике при ГД РФ А. Ю. Колеснову.

их технология принципиально отлична и сводится к разбавлению фруктового или овощного пюре;

3) существует два принципиально различных способа изготовления соков. Первый – отжать и упаковать. Это сок прямого отжима. Второй – отжать, получить концентрированный сок путем отъема воды и ароматов, а затем восстановить и упаковать. Это так называемый восстановленный сок. Сок прямого отжима является более качественным с точки зрения сохранения полезных свойств.

## История развития рынка соков

В СССР соки продавались в стеклянных банках с неказистыми этикетками. Покупали их часто ради банок, которые нужны были для домашнего консервирования. Между тем по сегодняшним меркам это был сок весьма высокого качества. В СССР абсолютно доминировал сок прямого отжима из собственного сырья.

Развал Советского Союза практически полностью уничтожил рынок отечественных соков прямого отжима. Значительная часть сырьевой базы оказалась за пределами России, поскольку садоводство традиционно развивалось в Молдавии, Украине и других республиках. Оставшиеся на территории России сады (в Ставрополье, Краснодарском крае, Волгоградской области) были запущены и деградировали.

Сырья для соков в России практически не стало. Мощности по производству отечественного сока оказались избыточными. В малых масштабах сохранилось лишь производство яблочного сока, концентрированного или прямого отжима. Тем самым страна превратилась в потенциально огромный рынок для сбыта импортных соков, преимущественно восстановленных как более дешевых.

Правда, мощным ограничителем развития этого рынка выступали низкие доходы россиян. Есть работы, показывающие зависимость потребления соков от двух параметров – доходов потребителей и среднегодовой температуры в стране<sup>1</sup>. Россия с ее

---

<sup>1</sup> Горелова Т. П. Научно-методическое обеспечение концепции развития производства соков, нектаров и сокосодержащих напитков // Автореф. дис. на соиск. уч. ст. к. э. н. – М., 2004.

среднегодовой температурой  $-5,5$  градусов, казалось бы, не имеет перспектив в потреблении соков. Но потребление соков зависит от температуры только в странах с высокими доходами, в странах с невысоким уровнем заработной платы спрос на соки определяется среднедушевыми доходами, температурный фактор роли практически не играет. Это хорошо иллюстрирует пример холодной России и теплой Болгарии (среднегодовая температура  $+13$ ), где в 2001 г. потребление соковой продукции на душу населения составляло 8,3 и 7,3 л соответственно. Средний размер оплаты труда в 2001 г. в этих странах был одинаково низок,  $-108$  и  $112$  евро соответственно<sup>2</sup>.

По мере роста благосостояния россиян рынок соков набирал обороты. Но это был рынок импорта. «Зеленый свет» для импорта соков загорелся по двум причинам. Первая, лежащая на поверхности, связана с потребностями покупателей. Вторая, не артикулируемая, но более весомая, обусловлена потребностями бизнеса, увидевшего в этом товарном сегменте значительный потенциал. В 1999 г. был создан Российский союз производителей соков (РСПС), выражавший консолидированные бизнес-интересы этой отрасли.

По мере коррекции таможенных пошлин и улучшения инвестиционного климата в стране возникла ситуация, когда импортировать восстановленный сок стало невыгодно: целесообразнее импортировать концентрированный сок и восстанавливать его уже в России. На рынок соков пришел зарубежный капитал. Начали создаваться совместные предприятия, в том числе путем аренды простаивающих молочных заводов. Зарубежье поменяло роль импортера на инвестора.

Но это был качественно иной рынок: на смену сокам прямого отжима пришли восстановленные соки из импортного сырья. Технология восстановления несложная, и практически ничего, кроме концентрированного сока, воды и пакетов для упаковки не требуется. В настоящее время на российском рынке соки прямого отжима и восстановленные занимают 2% и 98% соответственно. Сок прямого отжима импортируется только как продукция премиум-класса. Обычно это сок

---

<sup>2</sup> Горелова Т. П. Развитие производства соков, нектаров и сокосодержащих напитков в условиях рынка. — М.: Пищепромиздат, 2004. С. 30.

в стеклянных бутылках, что используется как защита от всевозможных фальсификаций и подделок.

Поскольку большинство населения считает «настоящим соком» только свежевыжатый, то изготовители восстановленных соков стараются не афишировать свою технологию. И правильно делают, потому что концентрация и последующее восстановление существенно снижают полезность сока. Надо долго рассматривать пакет со «100%-м соком», чтобы найти информацию о том, что он изготовлен путем восстановления импортного концентрированного сока.

В настоящее время на российском рынке по объему потребления лидирует апельсиновый сок, второе место занимает яблочный. Если посмотреть на мировые цены на концентрированные соки в 2004–2007 гг., то самым дорогим из массовых видов являлся вишневый сок (3–6 евро/кг), а самым дешевым – яблочный (1–3 евро/кг), за исключением 2007 г., когда резко подешевел ананасовый сок. Апельсиновый концентрированный сок, как правило, немного дороже яблочно-го<sup>3</sup>. То есть в России наиболее массово представлены соки, дешевые с точки зрения мировых цен.

Оправдание импорта в том духе, что на российских просторах не колосятся апельсины, некорректно. Апельсины не растут, но яблочный сок вполне можно было бы вырабатывать из отечественного сырья.

За 1997–2006 гг. объемы российского рынка соков возросли от 907,8 млн л до 2601,5 млн л, то есть в три раза<sup>4</sup>. Но темпы его роста замедляются. По мнению экспертов, этот рынок близок к насыщению. К середине 2000-х основные производители соков определились, и новым практически не оставлено шансов. Российский рынок соков – это преимущественно четыре

---

<sup>3</sup> Для раскрытия понятия «мировые цены на концентрированные соки» рекомендуется применять, например, средний интервал сезонных цен при торговой сделке между его изготовителем и промышленным приобретателем. Так, например, средний сезонный интервал цен на концентрированный апельсиновый сок (базисный параметр сделки – продукт имеет 65% растворимых сухих веществ, условия поставки cif Rotterdam) в 2005 г. составил от 1,03 до 1,50 дол./кг, в 2006 г. – 1,23–2,43 дол./кг, в 2007 г. – 1,58–3,05 дол./кг, в 2008 г. – 1,52–2,83 дол./кг (URL: <http://www.biolab.ru>, «Информационный раздел»).

<sup>4</sup> Бизнес пищевых ингредиентов. – 2007. – № 3. – С. 13.

игрока: «Лебедянский», «Мултон», «Вимм-Билль-Данн» и «Нидан Соки». Их суммарная доля в 2004 г. составила 92,1% российского рынка соков, в 2005 г. – 88%, в 2006 г. – 84%<sup>5</sup>. Все они в качестве сырья используют импортный концентрированный сок, завершая технологическую цепочку и реализуя готовый продукт. На свежих фруктах работают только те фирмы, которые занимают минимальные доли рынка, например, «Сады Придонья».

Концентрированный сок, за малым исключением, изготовители соков закупают не сами, а приобретают у компаний-импортеров. В танкерах везут соки с надписью «Не для реализации в странах Евросоюза», что не столько указывает на географию поставок, сколько объясняет, почему качество сока оказалось вне контроля стран-изготовителей.

Интересный факт: практически никто из производителей концентрированного сока не торгует непосредственно с Россией. Процесс торговли опосредован массой фирм. Это делает Россию исключением из сложившейся международной практики: как правило, переработчики сельхозсырья торгуют концентрированным соком напрямую. Например, в Амстердаме концентрированный сок в замороженном виде продается со специальных терминалов непосредственно его изготовителем.

Импорта готового восстановленного сока в Россию практически нет. Весь рынок обеспечивают отечественные предприятия, работающие на импортном сырье. Но с оговоркой. Указанные производители принадлежат западным компаниям. Российские предприниматели, отстроив производство и набрав обороты, посчитали целесообразным продать бизнес. Так, «Лебедянский» в 2008 г. приобрела PepsiCo, «Мултон» с 2005 г. принадлежит Coca-Cola, «Нидан Соки» с 2007 г. контролируется британским инвестфондом Lion Capital, а за «Вимм-Билль-Данн» маячит Danon. Кстати, покупка ОАО «Лебедянский» в 2008 г. стоила компании PepsiCo 1,4 млрд дол, что явилось шестым по величине (!) вложением иностранных инвесторов в 2000-е годы в российскую экономику<sup>6</sup>.

---

<sup>5</sup> Бизнес пищевых ингредиентов. – 2007. – № 3. – С. 14.

<sup>6</sup> Палтэ Я. Ш., Галухина Я. С. Российский крупный бизнес: первые 15 лет. Экономические хроники 1993–2008 гг. – М.: Изд. дом ГУ – ВШЭ, 2009. С. 121.

Фактически весь рынок соков в России – это восстановление импортного концентрированного сока на российских предприятиях, принадлежащих западным компаниям. Предприятия, называющие себя «изготовителями соков», по сути, являются упаковочными линиями.

## Государственная политика на рынке соков

Создавшееся положение на рынке соков в значительной степени явилось результатом действий государства. Рассмотрим различные каналы такого влияния.

**Таможенная политика.** В 2004 г. произошло значительное снижение таможенных пошлин на импорт концентрированных соков (с 15% до 5%), тогда как пошлины на восстановленные соки остались без изменений. Это сделало экономически привлекательным восстановление соков на российских предприятиях. Уменьшение пошлин на концентрированное сырье шло на фоне обещаний бизнес-сообщества снизить цены на розничную продукцию, чего не случилось. Вместо этого разрыв пошлин на концентрированные и восстановленные соки защитил российских производителей от конкуренции со стороны импортеров готового продукта. Российские предприятия стали выкупаться западными инвесторами. Таможенная политика стимулировала западные компании инвестировать капитал в российское производство, создавая рабочие места и выплачивая налоги.

Импорт сохранился только в нише дорогих соков прямого отжима, доля которых на рынке ничтожно мала. В результате российские производители восстановленного сока в лице Pepsi-Cola, Coca-Cola и Lion Capital, вступившие на российский рынок, прочно защищены от конкуренции со стороны западных изготовителей восстановленного сока таможенной политикой РФ. Что, безусловно, влияет на их ценовую политику и качество продукта. Восстановленные соки в России стоят дороже, чем, например, в богатой Германии. Кроме того, низкие пошлины на импорт концентрированного сока, сыграв позитивную роль в росте инвестиционной привлекательности российских предприятий, негативно отразились на стимулах к созданию отечественной базы сырья.



### **Государственная политика в области садоводства.**

На сегодняшний день импортный концентрированный сок является сырьевой базой производства соков в России. Между тем есть расчеты, показывающие, что, например, по яблочному соку дешевле было бы восстанавливать отечественный концентрированный сок. Конечно, не во всех регионах: например, для Владивостока всегда выгоднее будет покупать концентрированный сок в Китае. Но для многих регионов собственная сырьевая база по ряду видов фруктов вполне возможна и экономически оправдана.

Хотя вывод о целесообразности производства концентрированного сока из собственного сырья строится на экономических расчетах, в «Государственной программе развития сельского хозяйства на 2008–2012 гг.» виноградарству и садоводству уделено довольно скромное место. Декларируется нацеленность на обеспечение перерабатывающей промышленности сырьем. Однако эксперты оценивают предлагаемые меры как правильные, но недостаточные для импортозамещения сырьевой базы соковой отрасли.

Площадь советских садов была десятки, а то и сотни тысяч гектаров. В рамках госпрограммы намечено за пять лет (2008–2012 гг.) увеличить площадь закладки многолетних насаждений на 47,2 тыс. га, еще на 47,5 тыс. га возрастет площадь закладки виноградников. Кроме того, субъекты РФ, где площади плодовых насаждений и виноградников составляют не менее 50 га и садов интенсивного типа – не менее 2 га, получают из федерального бюджета субсидии (при условии долевого финансирования за счет бюджетов субъектов РФ). За пять лет субсидии на часть затрат на закладку и уход за многолетними насаждениями составят 3181,2 млн руб., а на закладку и уход за виноградниками – 3203,3 млн руб.

Предлагаемые меры делают весьма призрачной надежду на реанимацию отечественной сырьевой базы соков. Примером того, как государственная аграрная политика в сжатые сроки вывела страну в число лидеров мирового рынка концентрированного яблочного сока, является Китай.

### **Политика в области технического регулирования.**

В рамках этой политики государство определяет основные



технологические требования к тем или иным продуктам и механизм их контроля. И это не просто сугубо технический вопрос. Установка планки качества является мерой, определяющей перспективы экономических агентов. Ожидания экспертов были велики, поскольку, в отличие от потребителей, они знали о состоянии дел. Так, по данным специалистов Московского государственного университета пищевых производств, в 2001 г. доля соков и соковой продукции с недопустимой модификацией состава была 23%, из которых почти половина (9,6%) – с модификацией более трех показателей.

В 2007 г. исследование повторили. Результаты обескураживающие: доля продукции с недопустимой модификацией состава увеличилась до 26%, третья часть нарушений (8,5%) – модификация более трех показателей. Дело в том, что динамика фальсификаций на российском рынке соков следует за динамикой цен на мировом рынке концентрированных соков. В 2007 г. мировые цены на концентрированный апельсиновый сок поднялись довольно существенно. Так, фьючерсная цена 1 торгового фунта концентрированного апельсинового сока составила в 2006–2007 гг. примерно 2 дол. при обычной цене 0,60–1,00 дол.<sup>7</sup> Привыкшие к устойчивому росту прибылей российские производители компенсировали рост закупочных цен фальсификацией качества восстановленного сока. Хотя, правды ради, нужно сказать, что сок во всем мире является излюбленным объектом фальсификаций.

Федеральный закон «О техническом регулировании» был принят в 2002 г. О качестве в нем ни слова. Создатели закона негласно исходили из формулы, что рынок расставит все по местам – потребитель проголосует кошельком за более качественный товар. То есть государство самоустранилось от регулирования качества, оставив за собой лишь контроль за безопасностью продукта, тем самым перестав выполнять свои прямые обязанности, поскольку в Конституции РФ в ст. 34 записано, что в стране запрещена недобросовестная конкуренция. Между тем игры с качеством сока стали распространенным вариантом недобросовестной конкуренции на этом рынке.

---

<sup>7</sup> URL: [http://www.birolab.ru/sub\\_pr.htm](http://www.birolab.ru/sub_pr.htm)

Со временем в закон вносились поправки, не изменившие его кардинально, но обозначившие озабоченность государства вопросом фальсификаций.

В октябре 2008 г. был принят «Технический регламент на соковую продукцию из фруктов и овощей» (ФЗ № 178). Экспертное сообщество квалифицировало этот документ как защиту не потребителей, а изготовителей. Текст написан в декларативной форме: дескать, государство должно контролировать рынок соков, но без указания того, как именно, силами каких ведомств, по каким параметрам и пр.

Качество можно контролировать только в рамках процедуры идентификации. Программу идентификации составляют эксперты. Если закон не определяет требования к этой схеме, то у контролирующих органов нет критериев проверки качества в полном объеме. И контролирующий орган может пользоваться этой юридической пустотой. Закон не установил ни участников идентификации, ни их ответственность, ни параметры идентификации. Законотворческая деятельность в данном случае проигнорировала научно-техническую экспертизу.

В Государственной думе существует правовая и даже лингвистическая экспертиза законов, но нет научной. Депутаты вынуждены полагаться на мнение сторонних экспертов, но поскольку нет четко прописанной процедуры их отбора, то эксперт может быть выдвинут заинтересованной стороной. Маржа в этом бизнесе столь велика, что дает возможность формировать и поддерживать лоббистские каналы.

Все технические детали, определяющие качественные характеристики соков, оказались спущены на уровень национальных стандартов по сокам. Но дело в том, что технический регламент имеет статус федерального закона, и любые формы его игнорирования трактуются как правонарушения, предполагающие соответствующие наказания. Отклонения же от национального стандарта таковыми не являются – он не имеет обязательного статуса. Это лишь повод для обращений, например, в общество по защите прав потребителей, для возмущенных статей в газету. Это так называемые ограниченные возможности общественного воздействия.

Что касается обязательной сертификации продуктов питания, то это – процедура контроля исключительно безопасности продукта. О качестве товара в рамках обязательной сертификации нет и речи. Впрочем, как признают эксперты из Российского института потребительских испытаний, даже такие сертификаты зачастую выдаются без проведения надлежащей экспертизы<sup>8</sup>. Не говоря уже о том, что встречается фальсификация самих сертификатов, и даже у солидных производителей.

Политику в области технического регулирования рынка соков можно квалифицировать как имитацию деятельности по контролю за качеством. Новый технический регламент не меняет ситуацию, когда максимизация прибыли достигается в том числе импортом низкокачественного или поддельного концентрированного сока и (или) массой ухищрений при его восстановлении.

Однако эта ситуация соответствует интересам отечественных предприятий лишь в краткосрочной перспективе. В свете вступления России в ВТО перспективы довольно мрачны. Дело в том, что для рынка соков в рамках ВТО существует международный пищевой стандарт комиссии Codex Alimentarius ФАО/ВОЗ «Единый стандарт на фруктовые соки и нектары». И он значительно жестче, чем российский технический регламент на соковую продукцию.

Так, этот кодекс не только ограничивает остаточное количество пестицидов, но и содержит список запрещенных химических средств для пищевого сырья. А российский технический регламент в принципе не предполагает контроль остаточного количества пестицидов в сырье, из которого делаются концентрированные соки. Правда, исключение сделано для двух типов реликтовых пестицидов, которых уже лет 30 не находят в соковой продукции. Современные же пестициды избежали поименного перечисления.

Заметим, что отечественные ГОСТы, касающиеся производства соков, предписывают контроль за всеми видами пестицидов, используемых при производстве сырья для соковой продукции<sup>9</sup>.

---

<sup>8</sup> URL: <http://ripi-test.ru>

<sup>9</sup> Пугачев С., Костылева О. Введение в действие технических регламентов на пищевую продукцию // Стандарты и качество. – 2009. – № 3. – С.31.

В отличие от Единого международного стандарта на фруктовые соки и нектары (CODEX STAN 247-2005), наш технический регламент не запрещает внесения ароматообразующих веществ, красителей, подкислителей и пр., что очевидно вызовет вал фальсификаций. Но потребителей это не расстроит, потому что ФЗ № 178 не содержит требований к обязательной информации на этикетках, что усиливает информационную несовместимость с международными требованиями к маркировке<sup>10</sup>. Технический регламент существенно проигрывает национальным стандартам в виде ГОСТов как в контроле за качеством продукта, так и в степени гармонизации с международными стандартами.

Это означает, что наш сок элементарно не будет допущен к международной торговле в рамках ВТО. Зато откроются шлюзы для импорта. Вступление в ВТО сделает невозможным использование ограничительных мер в виде высоких таможенных тарифов. И дальше возможны два варианта. Оптимистичный – российский рынок захватят импортные соки высокого качества и широкого ассортимента. Пессимистичный – пользуясь низким уровнем российской нормативно-правовой базы, импортеры будут поставлять продукцию более низкого качества, чем в страны ВТО, где действует нормативная защита международного стандарта в полном объеме.

Поскольку принятый технический регламент не защищает отечественный рынок ни от поставок опасного для здоровья концентрированного сока, ни от импорта фальсифицированного восстановленного сока, импортеры направят в Россию то, что невозможно реализовать у себя.

---

<sup>10</sup> Подробный сравнительный анализ российских и международных требований к изготовлению соков см.: Колеснов А. Технический регламент на соковую продукцию из фруктов и овощей // Стандарты и качество. – 2009. – № 3.