

Январь 2024 года

Ежемесячный обзор по маркируемому рынку

МОЛОЧНАЯ ПРОДУКЦИЯ

Содержание

1. Методология сбора данных
2. Сроки и этапы введения маркировки молочной продукции
3. Виды товарной продукции
4. Спрос на продукцию
5. Товарное предложение
6. ДАТАМАРКЕТ





1. Методология сбора данных

В данном обзоре представлена статистика по обороту только маркированных товаров. Вся информация получена из Государственной информационной системы мониторинга товаров в России (ГИС МТ) и представляет собой данные о реальном товарообороте, переданные непосредственно участниками оборота товаров, операторами фискальных данных и операторами электронного документооборота (ЭДО). В ГИС МТ на момент разработки данного обзора содержится информация о 159 881 коде товарных номенклатур (GTIN) и зафиксирована деятельность 120 276 участников оборота товаров в рамках товарной группы «Молочная продукция».

Все полученные данные проходят процесс оценки качества и очистки от аномальных значений. Адресная информация проходит процесс нормализации и приведения к формату Федеральной информационной адресной системы (ФИАС) для точного отнесения событий к субъекту РФ. Производство распределяется по регионам в соответствии с адресом юридической регистрации производителя, продажи распределяются по регионам по адресам точек, в которых фактически проводилась продажа. Динамика продаж рассчитывается по данным торговых точек, которые фиксируют продажи маркированной продукции ежемесячно с начала прошлого года.

Разделение статистических данных по видам продукции реализовано на основании атрибутов товаров, описанных участниками в Национальном каталоге маркируемой продукции. Некоторые разрезы статистики подготовлены с использованием справочников, вручную собранных и регулярно обновляемых аналитиками «Ритейл Дата Центра».

Данные для обзора представлены с момента старта обязательной маркировки, этапы для каждой товарной группы представлены в разделе 2. Обзор сформирован на основании п. 12 ст. 20(1) Федерального закона от 28.12.2009 г. № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации». Вся информация в обзоре представлена в обезличенной форме и не раскрывает коммерческой тайны участников оборота.



В настоящем обзоре уточнены показатели предыдущих временных периодов ввиду возможности получения в ГИС МТ сведений о движении товара от участников оборота с задержкой и корректировки сведений о товарах в Национальном каталоге маркированной продукции.

2. Сроки и этапы введения маркировки молочной продукции

Старт добровольной маркировки

С 20 января 2021 года

Производитель, импортер, оптовик, розница могут добровольно маркировать, вводить в оборот и фиксировать выбытие при розничной реализации, включая продажу через кассу.

**Маркировка становится обязательной для категорий «Мороженое»
(за исключением мороженого без молочного жира и/или молочного белка)
и «Сыры»**

с 1 июня 2021 года

Производители сыров и мороженого с этой даты обязаны быть зарегистрированы в системе и описать свои товары в каталоге. К этому времени должны быть полностью настроены процессы по заказу кодов, их нанесению на товары с подачей отчета о нанесении, оплате кодов и вводу в оборот.



Маркировка становится обязательной для молочных продуктов сроком годности более 40 дней

С 1 сентября 2021 года

Производители молочной продукции сроком годности более 40 дней с этой даты обязаны быть зарегистрированы в системе и описать свои товары в каталоге. К этому времени должны быть полностью настроены процессы по заказу кодов, их нанесению на товары с подачей отчета о нанесении, оплате кодов и вводу в оборот.

Маркировка становится обязательной для молочных продуктов сроком годности 40 дней и менее

С 1 декабря 2021 года

Производители молочной продукции сроком годности 40 дней и менее с этой даты обязаны быть зарегистрированы в системе и описать свои товары в каталоге. К этому времени должны быть полностью настроены процессы по заказу кодов, их нанесению на товары с подачей отчета о нанесении, оплате кодов и вводу в оборот.

Становится обязательной передача сведений в систему маркировки о розничной реализации, включая продажу через кассу, всей молочной продукции, подлежащей маркировке

с 1 сентября 2022 года

Розница, которая продает маркированную молочную продукцию, с этой даты должна начать сканировать коды на кассе при продаже и передавать сведения о продажах в систему с использованием онлайн-касс. К этому времени необходимо протестировать процессы продажи и обеспечить наличие 2D-сканеров на кассах, а также при необходимости обновить кассовое ПО.



Для всех участников оборота (кроме сегмента HoReCa и фермеров) вводится объемно-артикульный учет, а также становится обязательной передача сведений о выводе продукции из оборота в виде объемно-сортового учета

С 1 сентября 2022 года

Производителям, импортерам, оптовикам, рознице необходимо настроить электронный документооборот. Для этого нужно выбрать оператора ЭДО, провести тестирование электронного документооборота с контрагентами. Передавать сведения в систему необходимо о поставке товара (информацию о коде товара и количестве отгружаемого маркированного товара) без указания кодов маркировки, которые перемещаются между собственниками.

Производителям, импортерам, оптовикам, рознице необходимо передавать в систему маркировки сведения о выводе продукции из оборота по всем причинам, отличным от розничной реализации, в виде объемно-сортового учета — указания кода товара и количества выводимого товара без указания конкретных единиц маркированного товара.

В настоящем обзоре уточнены показатели предыдущих временных периодов ввиду возможности получения в ГИС МТ сведений о движении товара от участников оборота с задержкой и корректировки сведений о товарах в Национальном каталоге маркированной продукции.



3. Виды товарной продукции

АЙРАН

ПАХТА

ТВОРОГ И ТВОРОЖНЫЙ ПРОДУКТ

ПРОСТОКВАША

ЙОГУРТ

РЯЖЕНКА

КЕФИР

СЛИВКИ УЛЬТРАПАСТЕРИЗОВАННЫЕ

КИСЛОМОЛОЧНЫЙ ПРОДУКТ (ПРОЧЕЕ)

СМЕТАНА

КИСЛОМОЛОЧНЫЙ ПРОДУКТ (ПРОЧЕЕ)

СЫВОРОТКА И СЫВОРОТ. ПРОДУКТЫ

МАСЛО НАТУРАЛЬНОЕ

СЫР И СЫРНЫЕ ПРОДУКТЫ: весовой

СЫР И СЫРНЫЕ ПРОДУКТЫ: не весовой



МОЛОКО И СЛИВКИ СГУЩЕННЫЕ

СЫР МЯГКИЙ/ПЛАВЛЕННЫЙ/ТВОРОЖНЫЙ: весовой

МОЛОКО И СЛИВКИ СУХИЕ

СЫР МЯГКИЙ/ПЛАВЛЕННЫЙ/ТВОРОЖНЫЙ: не весовой

МОЛОКО УЛЬТРАПАСТЕРИЗОВАННОЕ

СЫРОК ТВОРОЖНЫЙ

МОЛОКОСОДЕРЖАЩИЙ ПРОДУКТ И ДЕСЕРТ

МОРОЖЕНОЕ

МОЛОКО ПАСТЕРИЗОВАННОЕ И ПРОЧЕЕ



4. Спрос на продукцию

В структуре конечных продаж молочной продукции в январе 2024 года наибольший объем занимает сегмент «Продажа конечному потребителю» — 96% от общего объема выводимой из оборота продукции.

В сравнении с аналогичным периодом прошлого года данный тип выбытия продемонстрировал падение на 1.1 п.п.

Наибольшее изменение продаж показали такие типы продукции как:

Молоко пастеризованное и прочее — падение на 3.8 п.п. к аналогичному периоду;

Кефир — падение на 1.2 п.п. к аналогичному периоду в прошлом году.

Подробная структура вывода из оборота (продаж) с разбивкой по типам вывода из оборота приведена на рисунке 1 и в таблице 1.

На рисунке 2 и таблице 2 представлена динамика потребления.

Номенклатура продаж конечному потребителю приведена на рисунке 3 и в таблице 3.

Рисунок 1. Структура вывода из оборота (продаж), %

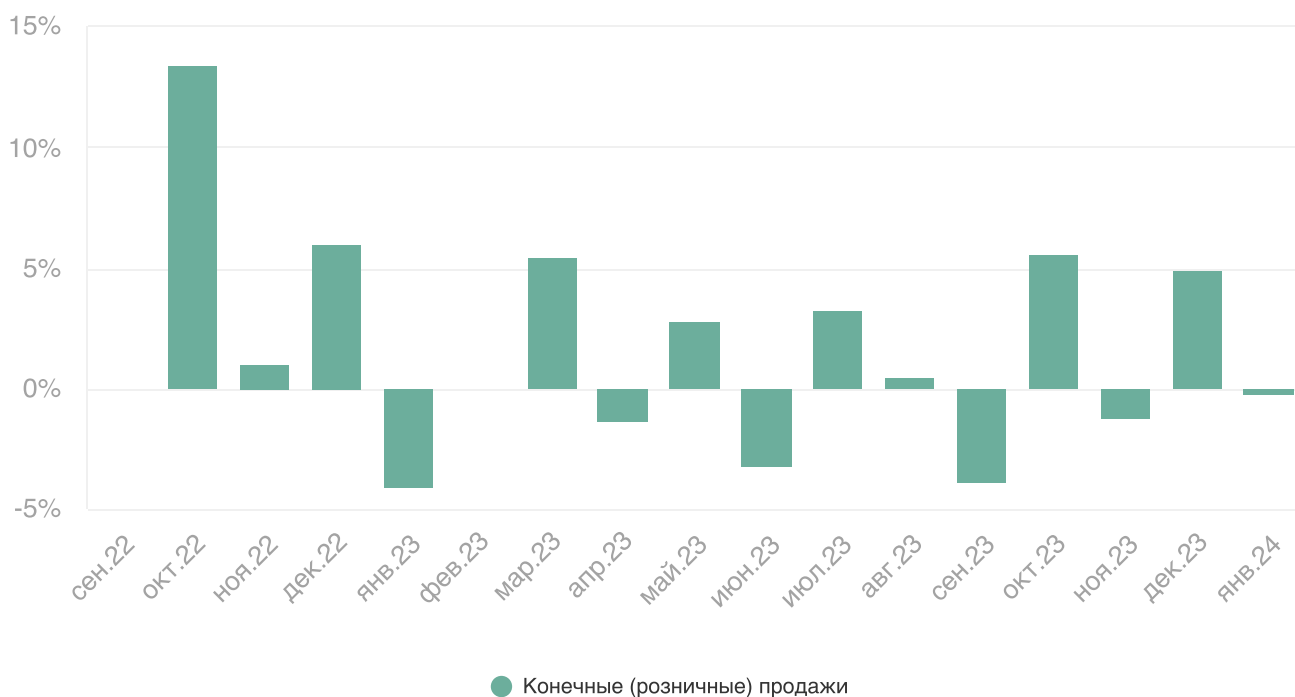




Таблица 1. Структура вывода из оборота (продаж), %

Тип продаж	Янв 2024	Справочно	
		Дек 2023	Янв 2023
Продажа конечному потребителю	96.46	96.36	97.56
Дистанционная продажа конечному потребителю	3.54	3.64	2.43
Продажа конечному потребителю через вендинговый аппарат	0.002	0.002	0.008
Итого	100	100	100

Рисунок 2. Динамика продаж месяц к месяцу, %



Ежемесячный обзор по маркируемому рынку
«Молочная продукция» за январь 2024



Таблица 2. Динамика потребления, %

Тип продаж	Янв 2024 к Янв 2023	Янв 2024 к Дек 2023
Конечные продажи	12.1	-0.3

Рисунок 3. Номенклатура конечных продаж, %

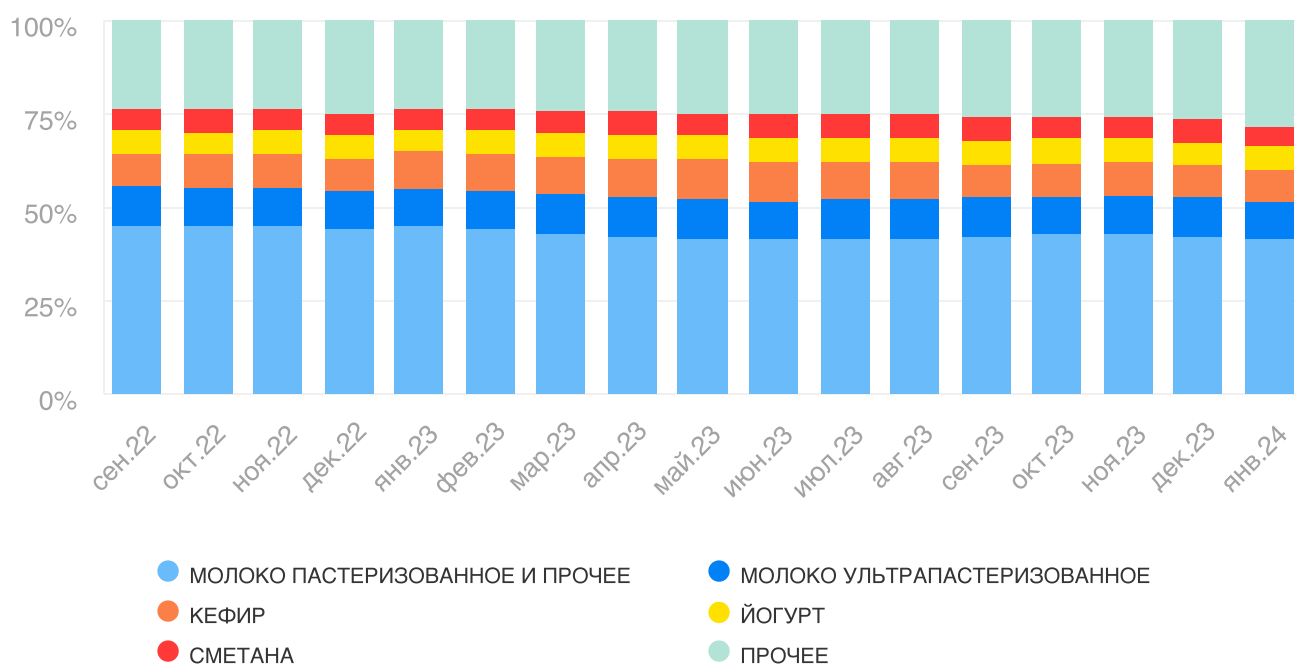




Таблица 3. Структура конечных продаж по укрупненной номенклатуре, %

Тип продукции	Янв 2024	Справочно	
		Дек 2023	Янв 2023
Молоко пастеризованное и проч.	41.15	42.49	44.93
Молоко ультрапастеризованное	10.16	10.46	10.24
Кефир	8.6	8.24	9.79
Йогурт	6.17	6.29	6.06
Сметана	5.5	5.89	5.73
Другие	28.42	26.64	23.25
Итого	100	100	100



В январе 2024 года Приволжский ФО был лидером по числу проданных единиц продукции **Молоко пастеризованное и прочее** на 1000 человек населения — 2 206 л.

Высокий объем продаж на 1 000 человек был в регионах Кировская область — 3 830 л. и Вологодская область — 3 593 л.

Подробная региональная структура продаж с разбивкой по основным видам молочной продукции приведена в таблицах 4а и 4б.

Таблица 4а. Региональная структура продаж молочной продукции (на 1 000 человек) за январь 2024 года, л.

Субъект РФ	Молоко пастеризованное и прочее	Молоко ультрапастеризованное	Кефир	Сметана	Творог и творожный продукт	Йогурт	Масло натуральное	Прочее
Приволжский ФО	2 206	242	367	221	204	256	110	746
Уральский ФО	2 170	249	364	262	206	277	102	763
Сибирский ФО	2 151	314	292	243	170	259	100	775
Северо-Западный ФО	2 049	395	463	360	322	311	138.	1 285
Центральный ФО	1 659	666	458	236	304	301	126	976
Южный ФО	1 357	317	360	236	179	240	114	886
Дальневосточный ФО	691	905	209	127	118	178	65	1 153
Северо-Кавказский ФО	385	72	100	64	43	80	37	247



Таблица 46. Региональная структура продаж молочной продукции (на 1 000 человек)
за январь 2024 года, л.

Субъект РФ	Молоко пастеризованное и прочее	Молоко ультрапастеризованное	Кефир	Сметана	Творог и творожный продукт	Йогурт	Масло натуральное	Прочее
Справочно								
Кировская область	3 830	46	437	331	276	340	149	872
Вологодская область	3 593	80	462	420	332	306	196	1 217
Ярославская область	2 910	193	465	315	375	281	142	1 006
Курганская область	2 840	152	455	277	188	262	104	619
Липецкая область	2 798	158	437	234	201	257	137	1 070
Дистанционные продажи*								
Вся Россия	54	31	10	8	10	10	3	27

*Так как по данным системы маркировки для дистанционных продаж регион потребителя не всегда возможно определить корректно, данные по потребления на 1000 человек через дистанционные каналы продаж рассчитаны для РФ в целом.



В структуре конечных продаж **Мороженого** в январе 2024 года наибольший объем занимает сегмент «Продажа конечному потребителю»: 94% от общего объема выводимой из оборота продукции. В сравнении с аналогичным периодом прошлого года данный сегмент продемонстрировал падение на 2.1 п.п.

Подробная структура вывода из оборота (продаж) с разбивкой по типам вывода из оборота приведена на рисунке 4 и в таблице 5.

На рисунке 5 и таблице 6 представлена динамика потребления.

Рисунок 4. Структура вывода из оборота (продаж) мороженого, %





Таблица 5. Структура вывода из оборота (продаж) мороженого, %

Тип продаж	Янв 2024	Справочно	
		Дек 2023	Янв 2023
Продажа конечному потребителю	94.27	94.13	96.34
Дистанционная продажа конечному потребителю	5.73	5.87	3.66
Продажа конечному потребителю через вендинговый аппарат	0.001	0.001	0.003
Итого	100	100	100

Рисунок 5. Динамика продаж месяц к месяцу, %

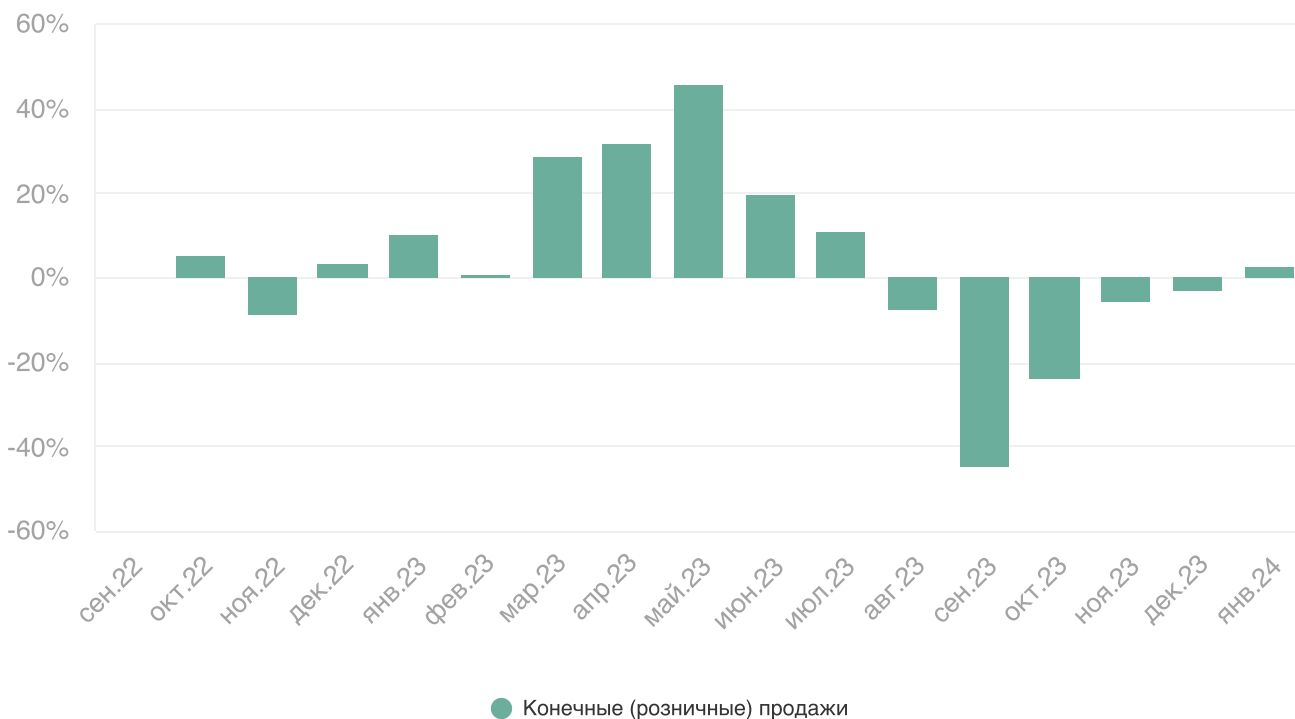




Таблица 6. Динамика потребления, %

Тип продаж	Янв 2024 к Янв 2023	Янв 2024 к Дек 2023
Конечные продажи	19.7	2.7

В январе 2024 года Северо-Западный ФО был лидером по числу проданного объема мороженого на 1 000 человек населения — 133 кг.

Высокий объем продаж на 1 000 человек был в регионах Томская область — 165 кг и Московская область — 155 кг.

Подробная региональная структура продаж с разбивкой по основным видам молочной продукции приведена в таблицах 7а и 7б.

Таблица 7а. Региональная структура продаж мороженого (на 1 000 человек) за январь 2024 года, кг

Субъект РФ	Мороженое
Северо-Западный ФО	132.75
Сибирский ФО	119.39
Уральский ФО	118.34
Центральный ФО	110.73
Дальневосточный ФО	96.50
Приволжский ФО	95.08
Южный ФО	70.04
Северо-Кавказский ФО	14.74



Таблица 76. Региональная структура продаж мороженого (на 1 000 человек)
за январь 2024 года, кг

Субъект РФ	Мороженое
Справочно	
Томская область	164.68
Московская область	154.61
Мурманская область	154.22
Свердловская область	153.77
Ленинградская область	153.33
Дистанционные продажи*	
Вся Россия	6.06

*Так как по данным системы маркировки для дистанционных продаж регион потребителя не всегда возможно определить корректно, данные по потребления на 1000 человек через дистанционные каналы продаж рассчитаны для РФ в целом.



В январе 2024 года наибольшее изменение цен было у категории товаров **Пахта** — рост на 15% в сравнении со средневзвешенным значением цены в аналогичном месяце прошлого года.

Подробная динамика средневзвешенных розничных цен по основным видам молочной продукции приведена на рисунке 6 и в таблицах 8а и 8б.

Рисунок 6. Средние цены на товары молочной продукции и мороженое, руб./л.

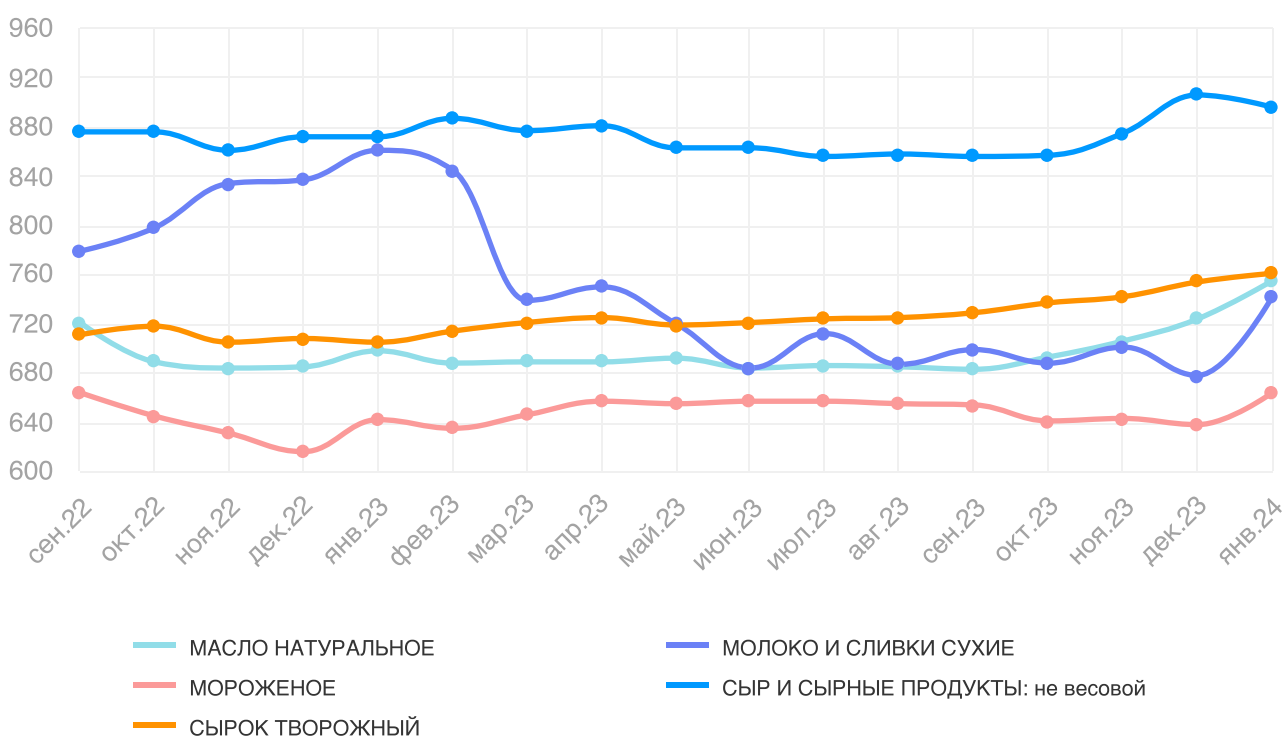




Таблица 8а. Средние цены за килограмм молочной продукции и мороженого, руб.

Тип продаж	Янв 2024	Измене- ние цен, м/м	Измене- ние цен, г/г	Справочно	
				Дек 2023	Янв 2023
Сыр и сырные прод-кты: не весовой	896	-1%	3%	906	872
Молоко и сливки сухие	742	9%	-14%	678	861
Сырок творожный	761	1%	8%	754	705
Масло натуральное	755	4%	8%	724	698
Мороженое	664	4%	3%	638	642
Сыр мягкий/плавлен. / творож.: не весовой	646	3%	5%	629	617
Творог и творожный продукт	374	2%	1%	367	371
Молоко и сливки сгущенные	305	6%	4%	287	292
Сметана	249	3%	2%	242	245
Сливки пастеризов.	244	2%	4%	240	235
Йогурт	215	0%	1%	214	213
Молокосодержащий продукт и десерт	216	0%	4%	217	207



Таблица 86. Средние цены за килограмм молочной продукции и мороженого, руб.

Тип продаж	Янв 2024	Измене- ние цен, м/м	Измене- ние цен, г/г	Справочно	
				Дек 2023	Янв 2023
Кумыс	194	1%	2%	193	190
Кисломолочный продукт (прочее)	172	-1%	1%	174	170
Простокваша	140	2%	1%	137	139
Ряженка	114	2%	3%	112	111
Сыворотка и сыворот. продукты	110	0%	8%	110	102
Кефир	83	2%	2%	81	81
Молоко ультрапастериз.	82	2%	2%	80	80
Айран	77	0%	3%	77	75
Молоко пастериз. и прочее	76	1%	3%	75	74
Пахта	46	0%	15%	46	40



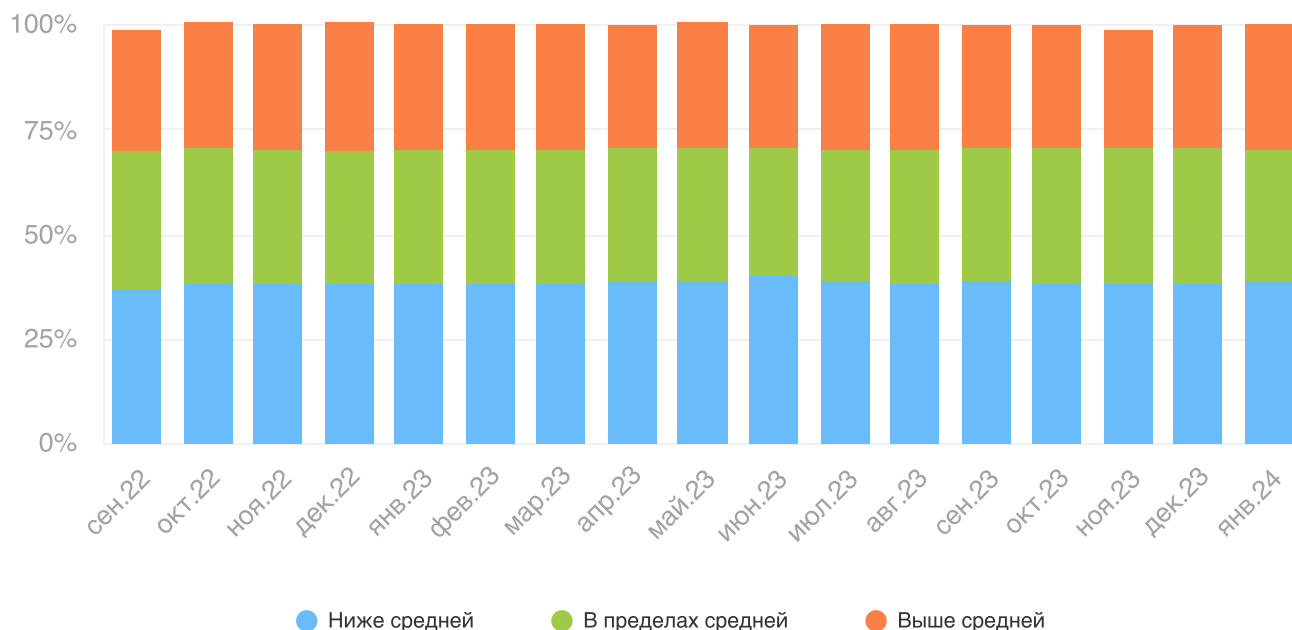
Сегменты рынка разделены на 3 категории: в пределах средней стоимости ($\pm 10\%$ от средневзвешенной цены). Все, что отклоняется от данного количества, вынесено в категории «Выше средней» или «Ниже средней».

Сегмент «Ниже средней» имеет наибольшую долю в конечных продажах молочной продукции в России — на уровне 39% по итогам рассматриваемого периода. Наименьшая доля в конечных продажах молочной продукции в России принадлежит сегменту «Выше средней» — примерно 30%.

Подробная динамика распределения конечных продаж по ценовым сегментам по всей товарной группе приведена на рисунке 7.

Примеры распределения конечных продаж по ценовым сегментам некоторых отдельных видов молочной продукции приведены на рисунке 8.

Рисунок 7. Сегменты рынка по средневзвешенной цене





Основная часть продукции в категории **Йогурт** сосредоточена в ценовом сегменте «Ниже средней» и составляет 51%.

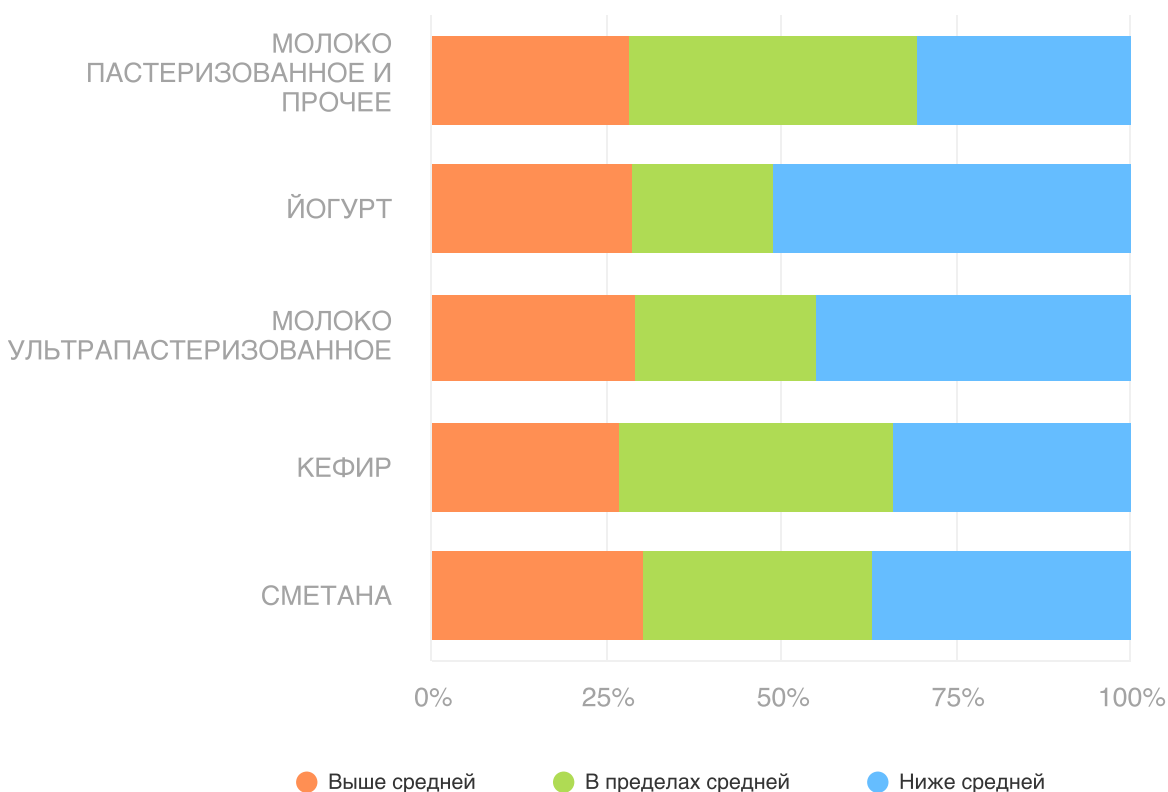
В категории **Молоко ультрапастеризованное** в ценовой сегмент «Ниже средней» попадает 45%.

Для типа продукции **Молоко пастеризованное и прочее** большая часть продаж составляет ценовой сегмент «В пределах средней» — 41%.

В категории **Кефир** основной объем сосредоточен в сегменте «В пределах средней», куда попадает 39% продукции.

Для категории **Сметана** наибольший объем составляет ценовой сегмент «Ниже средней» с объемом 37%.

Рисунок 8. Распределение конечных продаж по ценовым сегментам отдельных видов молочной продукции в январе 2024 года, %



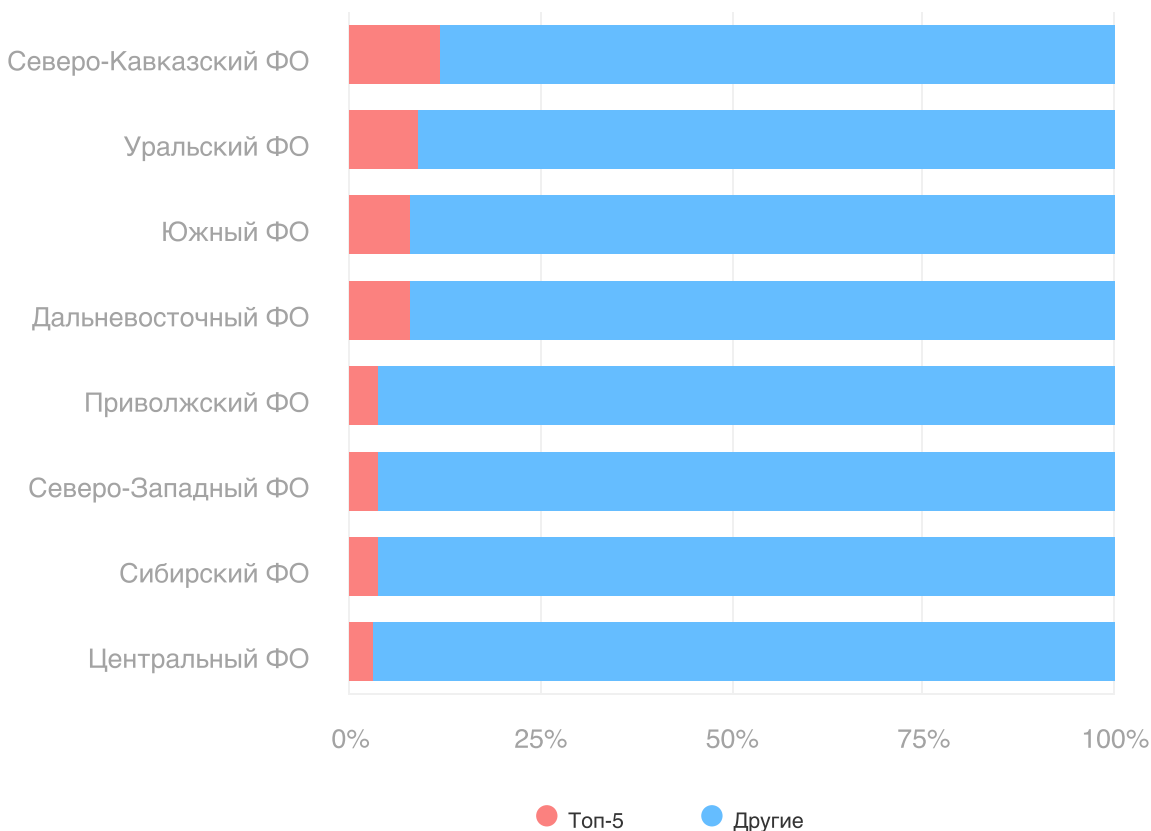


Северо-Кавказский ФО в январе 2024 года занимает первую строчку по доле рынка топ-5 компаний среди всех федеральных округов со значением 12%.

В свою очередь Центральный ФО с долей в 3% находится на нижней строчке рейтинга федеральных округов по концентрации производства.

Подробное распределение федеральных округов и доля рынка крупнейших компаний молочной продукции представлена на рисунке 9.

Рисунок 9. Доли рынка крупнейших компаний, продающих молочную продукцию

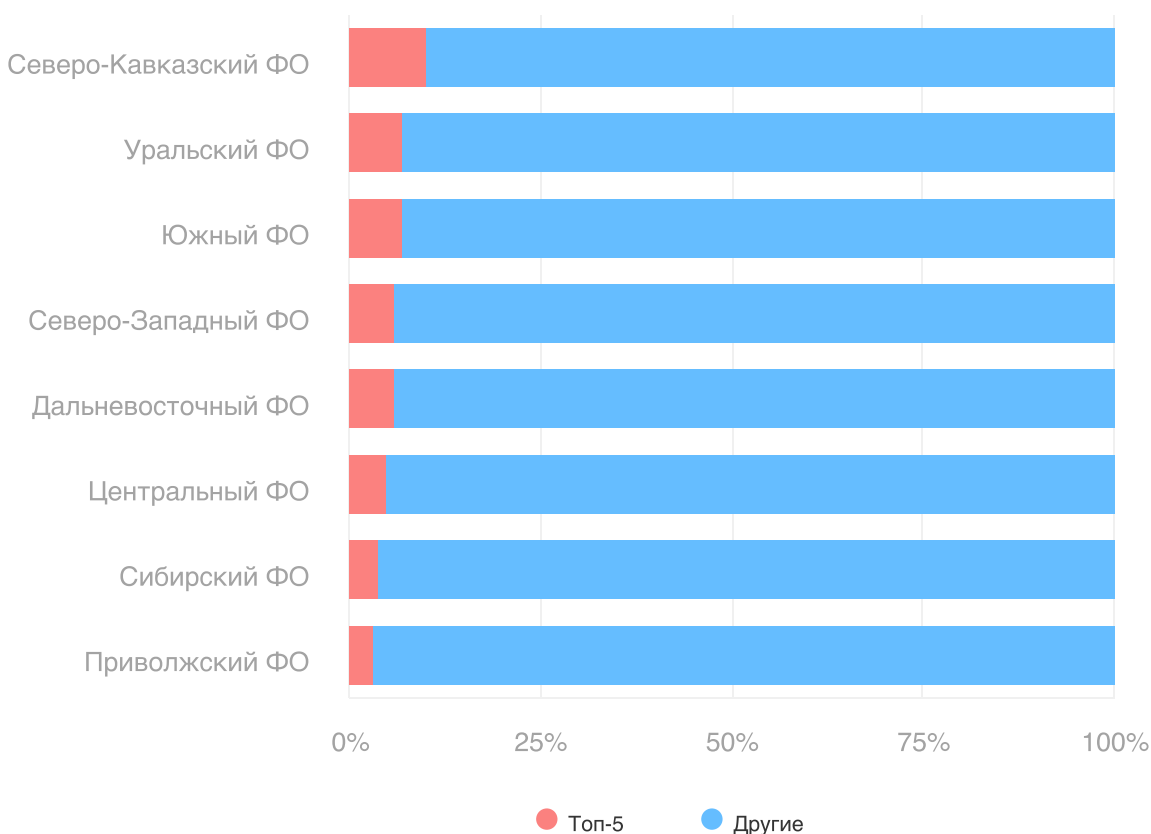




Северо-Кавказский ФО в январе 2024 года занимает первую строчку по доле рынка топ-5 компаний (продающих мороженное) среди всех федеральных округов со значением 10%.

Подробное распределение федеральных округов и доля рынка крупнейших компаний мороженого представлена на рисунке 10.

Рисунок 10. Доли рынка крупнейших компаний, продающих мороженое





5. Товарное предложение

Большая часть предложения в январе 2024 года приходится на «Производство РФ» и составляет 94% от всего предложения. При этом по сравнению с аналогичным периодом прошлого года наблюдается рост на 6%.

Поставки из-за рубежа — вторая по объёму часть предложения — 6%. В январе 2024 года демонстрирует рост на 21% в сравнении с аналогичным периодом прошлого года.

На рисунке 11 и в таблице 9 представлена динамика предложения и его структура на рынке молочной продукции.

Рисунок 11. Динамика и структура предложения на рынке молочной продукции, млн л.

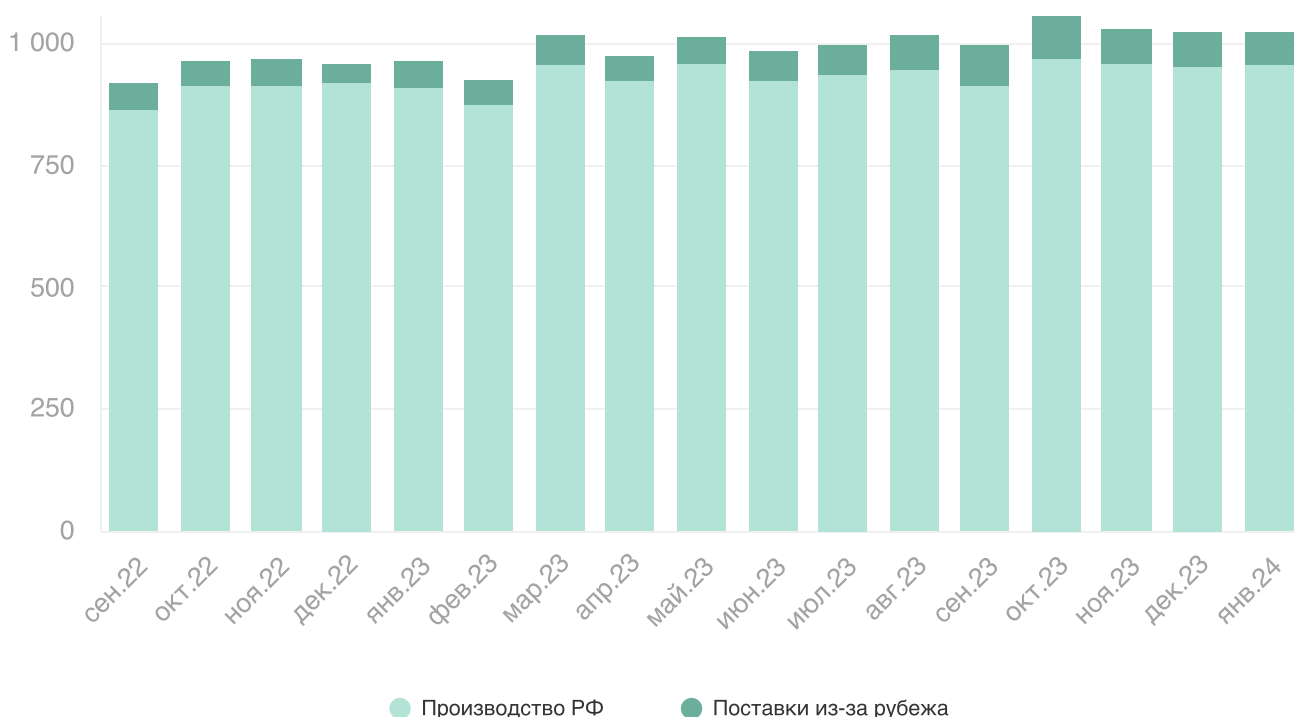




Таблица 9. Структура предложения на рынке молочной продукции, млн л.

Источник предложения	Янв 2024	Справочно	
		Дек 2023	Янв 2023
Производство РФ	956.45	951.60	905.53
Поставки из-за пределов РФ	65.19	68.03	53.88
Итого	1 021.64	1 019.63	959.41



В январе 2024 года больше всего продукции производит Центральный ФО. В этом округе было произведено 44% от общего объема производства в стране за этот период. Динамика по сравнению с аналогичным периодом прошлого года — рост на 10%.

Приволжский ФО занимает 2 место по объему производства молочной продукции в России. В январе 2024 года там было произведено 211 млн л. продукции. Это составляет 22% от общего объема производства в стране. Динамика к аналогичному периоду прошлого года — рост на 3%.

На рисунке 12 и в таблице 10 представлена динамика предложения и его структура на рынке молочной продукции.

Рисунок 12. Динамика и структура внутреннего производства молочной продукции, млн л.

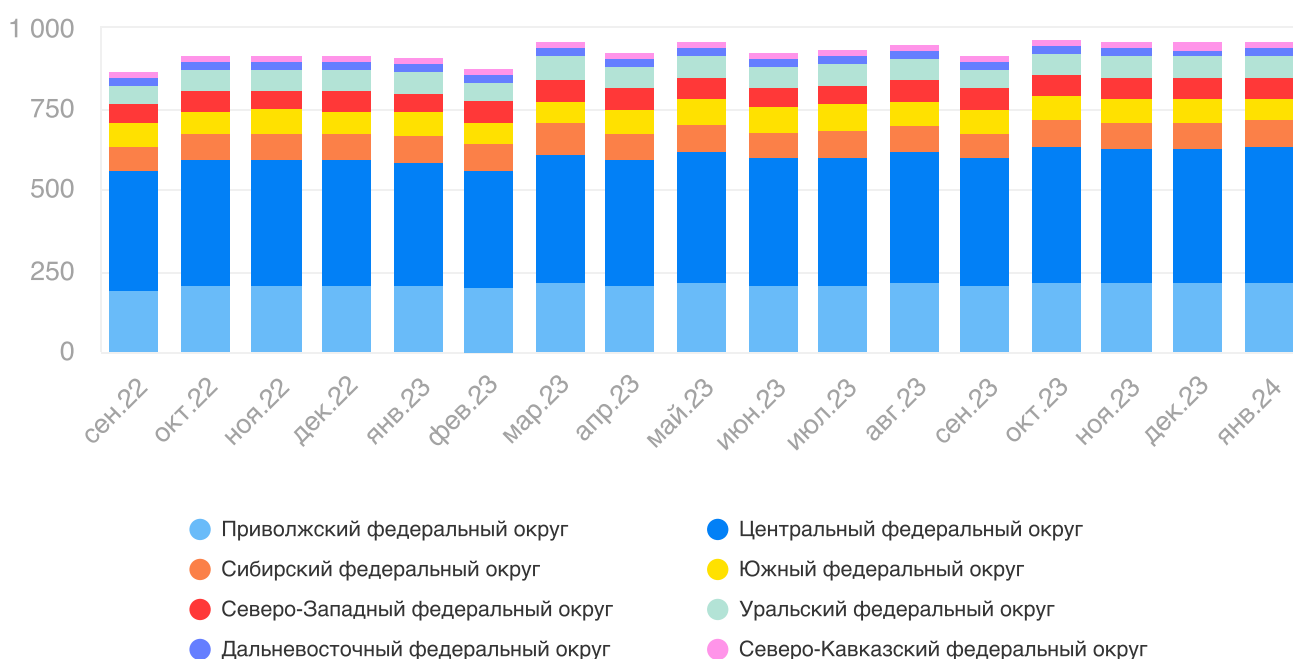




Таблица 10. Географическая структура производства молочной продукции, млн л.

Федеральный округ	Янв 2024	Справочно	
		Дек 2023	Янв 2023
Центральный ФО	420.16	415.66	382.55
Приволжский ФО	210.72	210.49	204.26
Сибирский ФО	81.30	81.10	81.52
Южный ФО	70.94	71.53	69.11
Уральский ФО	65.81	64.67	62.80
Северо-Западный ФО	65.68	66.41	62.17
Дальневосточный ФО	23.29	22.70	23.46
Северо-Кавказский ФО	18.55	19.04	19.66
Итого	956.45	951.60	905.53



Большая часть предложения на рынке мороженого в январе 2024 года приходится на «Производство РФ» и составляет 97% от всего предложения. При этом по сравнению с аналогичным периодом прошлого года наблюдается рост на 10%.

Поставки из-за рубежа — вторая по объёму часть предложения — 3%. В январе 2024 года демонстрирует рост на 19% в сравнении с аналогичным периодом прошлого года.

На рисунке 13 и в таблице 11 представлена динамика предложения и его структура на рынке мороженого.

Рисунок 13. Динамика и структура предложения на рынке мороженого, млн кг

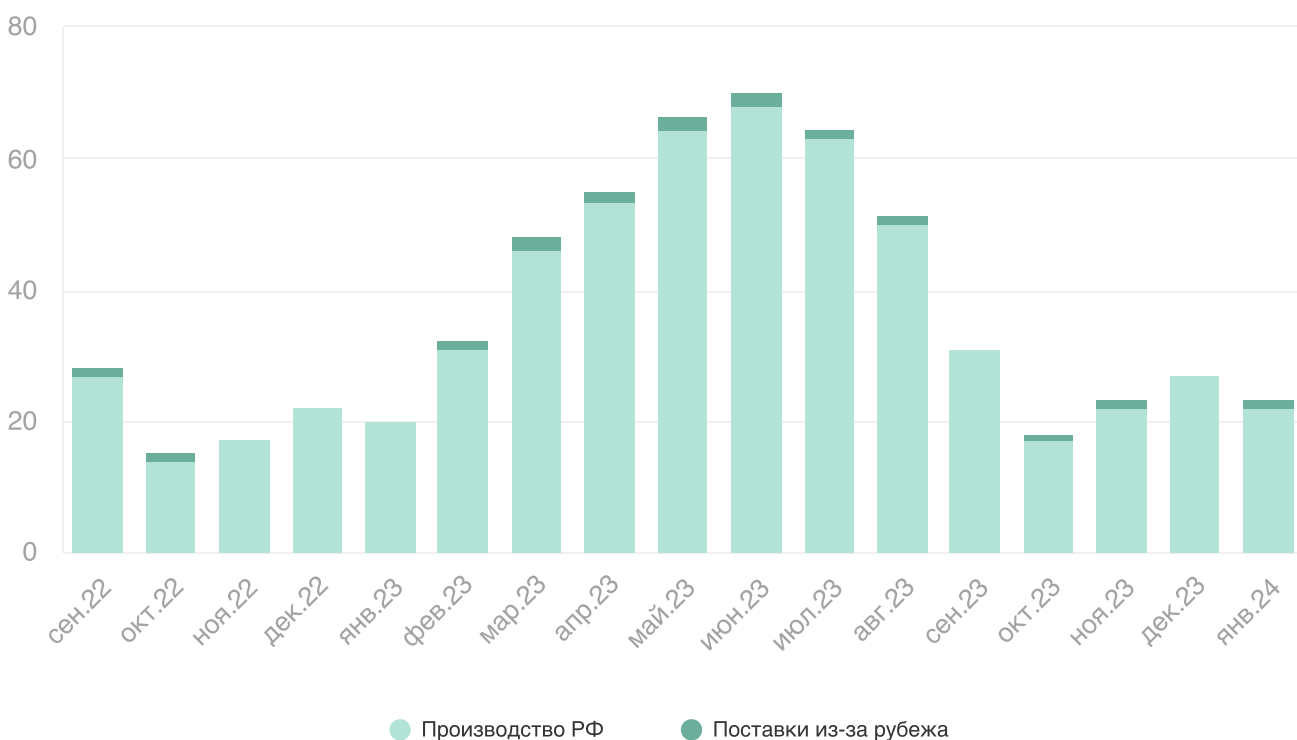




Таблица 11. Структура предложения на рынке мороженого, млн кг

Источник предложения	Янв 2024	Справочно	
		Дек 2023	Янв 2023
Производство РФ	22.47	27.07	20.39
Поставки из-за пределов РФ	0.59	0.36	0.50
Итого	23.06	27.43	20.89

В январе 2024 года больше всего продукции производит Центральный ФО. В этом округе было произведено 9 млн кг продукции, что составляет 40% от общего объема производства в стране за этот период. Динамика по сравнению с аналогичным периодом прошлого года — рост на 20%.

Южный ФО занимает 2 место по объему производства мороженого в России. В январе 2024 года там было произведено 3 млн кг продукции, что составляет 15% от общего объема производства в стране. Динамика к аналогичному периоду прошлого года — падение на 33%.



Рисунок 14. Структура внутреннего производства мороженого, млн кг

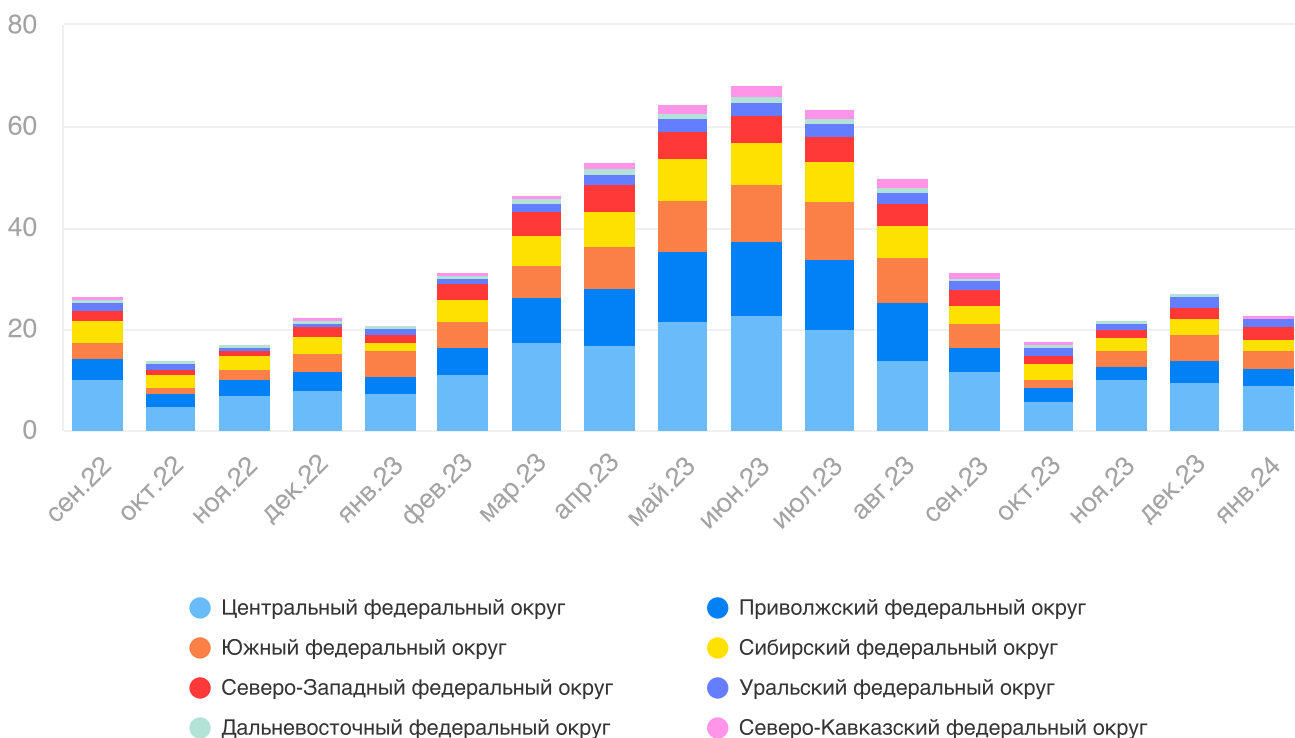




Таблица 12. Географическая структура производства мороженого, млн кг

Федеральный округ	Янв 2024	Справочно	
		Дек 2023	Янв 2023
Центральный ФО	9.05	9.26	7.55
Южный ФО	3.34	5.07	4.99
Приволжский ФО	3.21	4.42	3.21
Северо-Западный ФО	2.45	2.25	1.52
Сибирский ФО	2.23	3.31	1.45
Уральский ФО	1.65	1.81	1.13
Дальневосточный ФО	0.40	0.63	0.45
Северо-Кавказский ФО	0.14	0.33	0.08
Итого	22.47	27.08	20.38



Большую часть рынка производимой продукции занимает **Молоко пастеризованное и прочее**. В январе 2024 года производство этого типа продукции составило 348 млн л. Рост в сравнении с аналогичным периодом прошлого года на 1%.

Остальные типы продукции занимают более низкую долю в производстве молочной продукции в России. Второе и третье место по доле от общего производства занимают:

Молоко ультрапастеризованное — 141 млн л. и 15% от всего рынка. В сравнении с аналогичным периодом прошлого года — рост на 9%.

Кефир — 76 млн л. и 8 % от всего рынка. В сравнении с аналогичным периодом прошлого года — падение на 2%.

На рисунке 15 и в таблице 13 представлена динамика предложения в разбивке на типы продукции молочной продукции.

На рисунке 16 представлены сводные данные за январь 2024 года.

Рисунок 15. Объем производства молочной продукции по укрупненной номенклатуре, млн л.

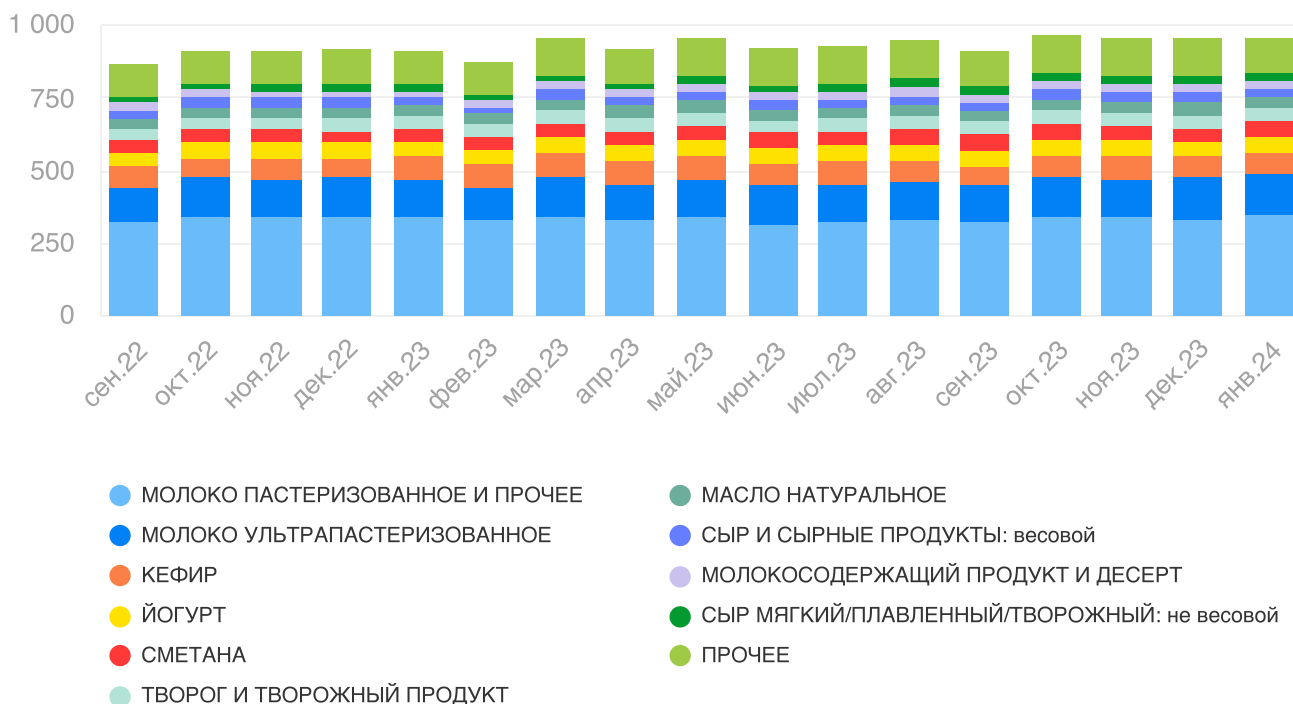




Рисунок 16. Структура производства молочной продукции по основным видам продукции в январе 2024 года, млн л.

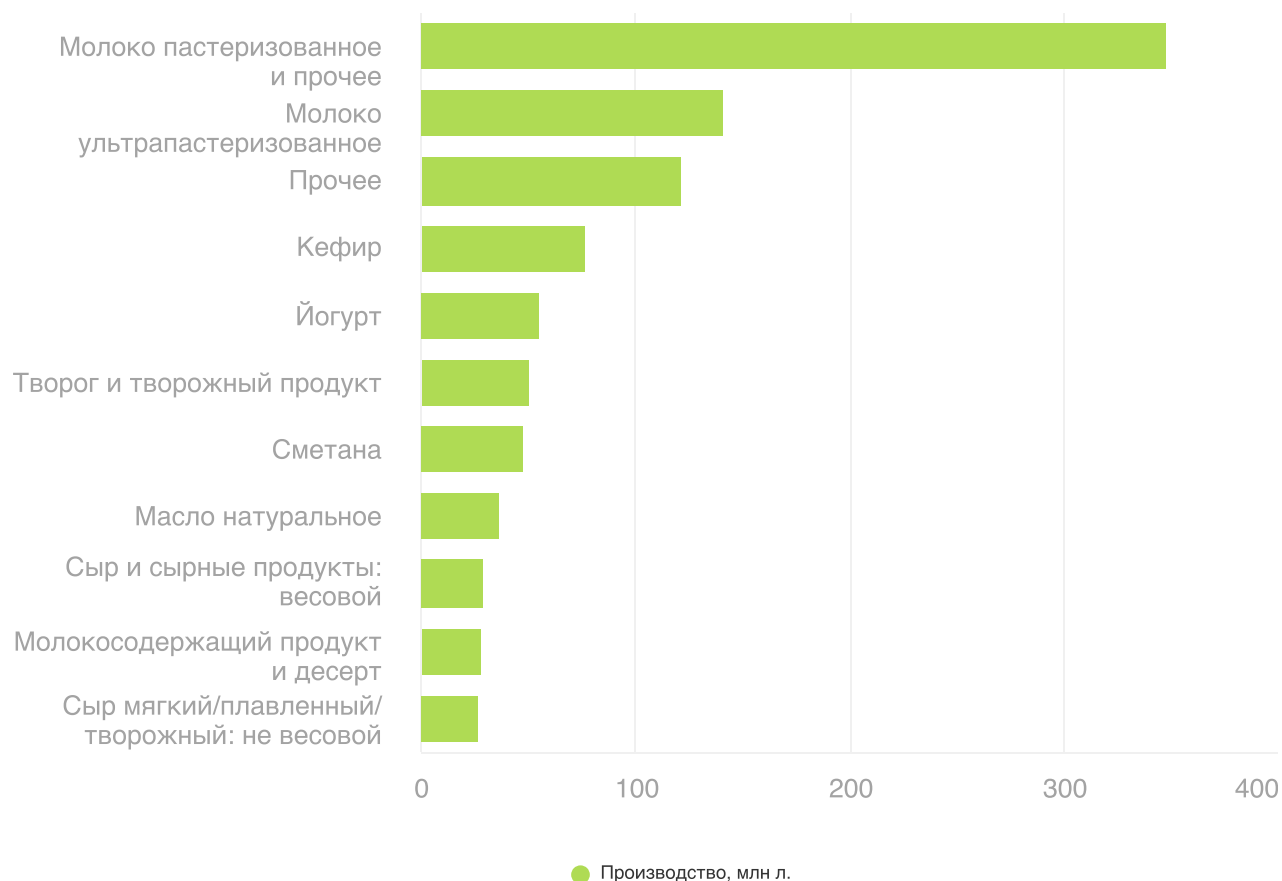




Таблица 13. Объем производства молочной продукции по укрупненной номенклатуре, млн л.

Тип продукции	Янв 2024	Справочно	
		Дек 2023	Янв 2023
Молоко пастеризованное и проч.	347.95	335.36	343.79
Молоко ультрапастеризованное	140.50	143.83	129.08
Кефир	76.45	68.82	78.37
Йогурт	54.89	52.16	49.61
Творог и творожный продукт	50.01	47.25	44.65
Сметана	47.69	46.35	46.24
Масло натуральное	36.67	39.80	34.16
Сыр и сырные продукты: весовой	29.04	35.70	24.95
Молокосодержащий продукт и десерт	27.15	28.05	23.21
Сыр мягкий/плавленый/творожный: не весовой	25.66	29.27	21.06
Другое	120.44	125	110.42
Итого	956.45	951.59	905.54



Доля производства топ-5 компаний занимает от 16% до 63% в зависимости от типа продукции. Распределение в разрезе топ-5 типов продукции выглядит следующим образом:

Йогурт — доля топ-5 компаний составляет 63% от всего рынка;

Сыр мягкий/плавленый/творожный: не весовой — доля топ-5 компаний составляет 60%;

Молокосодержащий продукт и десерт — доля топ-5 компаний составляет 51%;

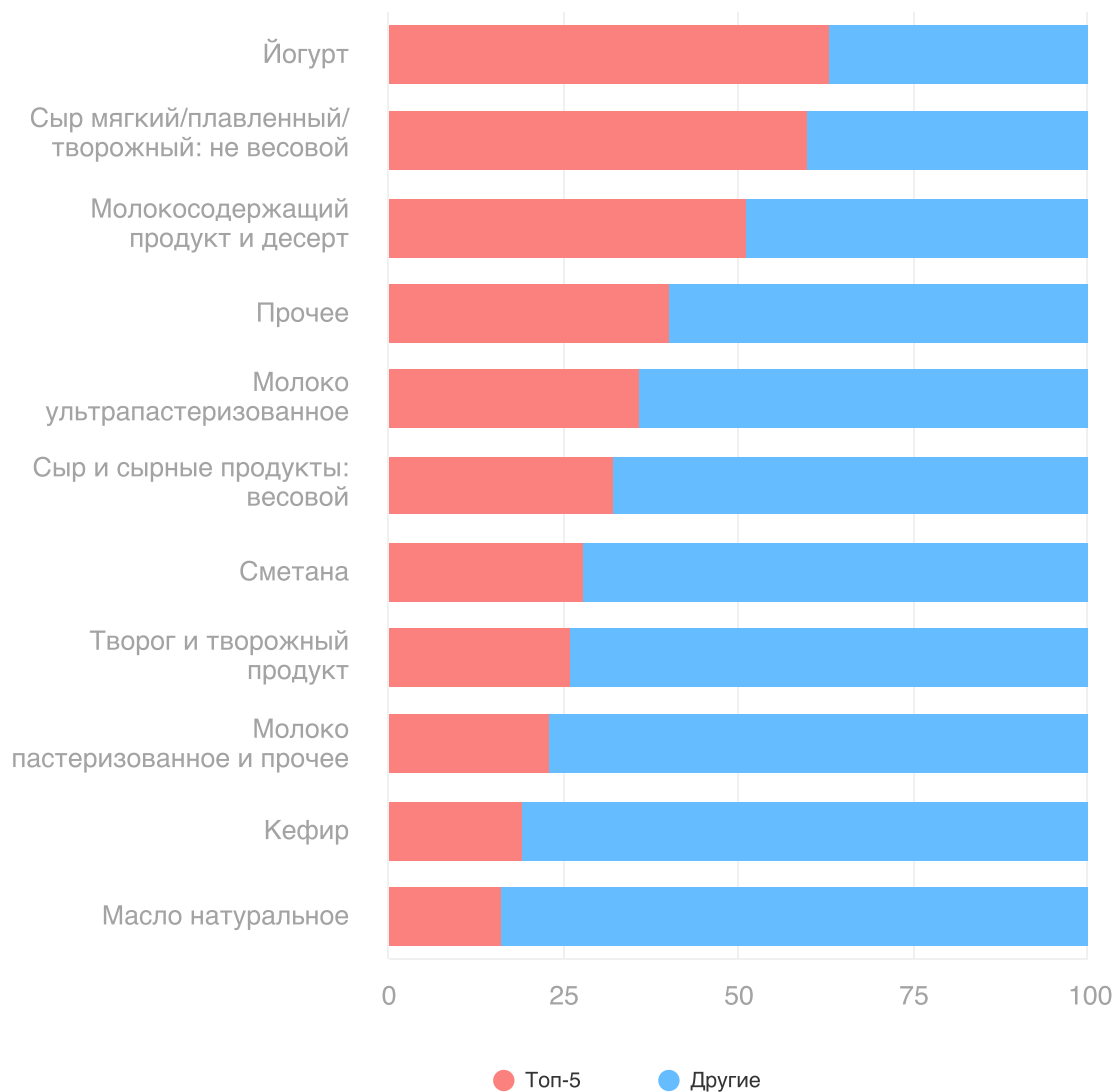
Молоко ультрапастеризованное — доля топ-5 компаний составляет 36%;

Сыр и сырные продукты: весовой — доля топ-5 компаний составляет 32%.



На рисунке 17 представлена доля объема производства, приходящаяся на топ-5 производителей по основным типам молочной продукции.

Рисунок 17. Концентрация производства молочной продукции по основным видам продукции, январь 2024 г.





Большую часть ввозимой молочной продукции составляет **Сыр и сырные продукты: весовой**. В январе 2024 года поставки из-за пределов РФ этого типа продукции составили 11 млн л. Это 17% от общего объема поставок молочной продукции в страну.

Следом идет **Молоко пастеризованное и прочее** — 9 млн л. Это 14% от всей ввозимой продукции. Это на 4% меньше чем за аналогичный период в прошлом году.

На рисунке 18 и в таблице 14 представлена динамика объема поставок из-за пределов РФ в разбивке на типы молочной продукции.

Рисунок 18. Структура ввоза молочной продукции из-за пределов РФ по Топ-5 видам продукции, млн л.

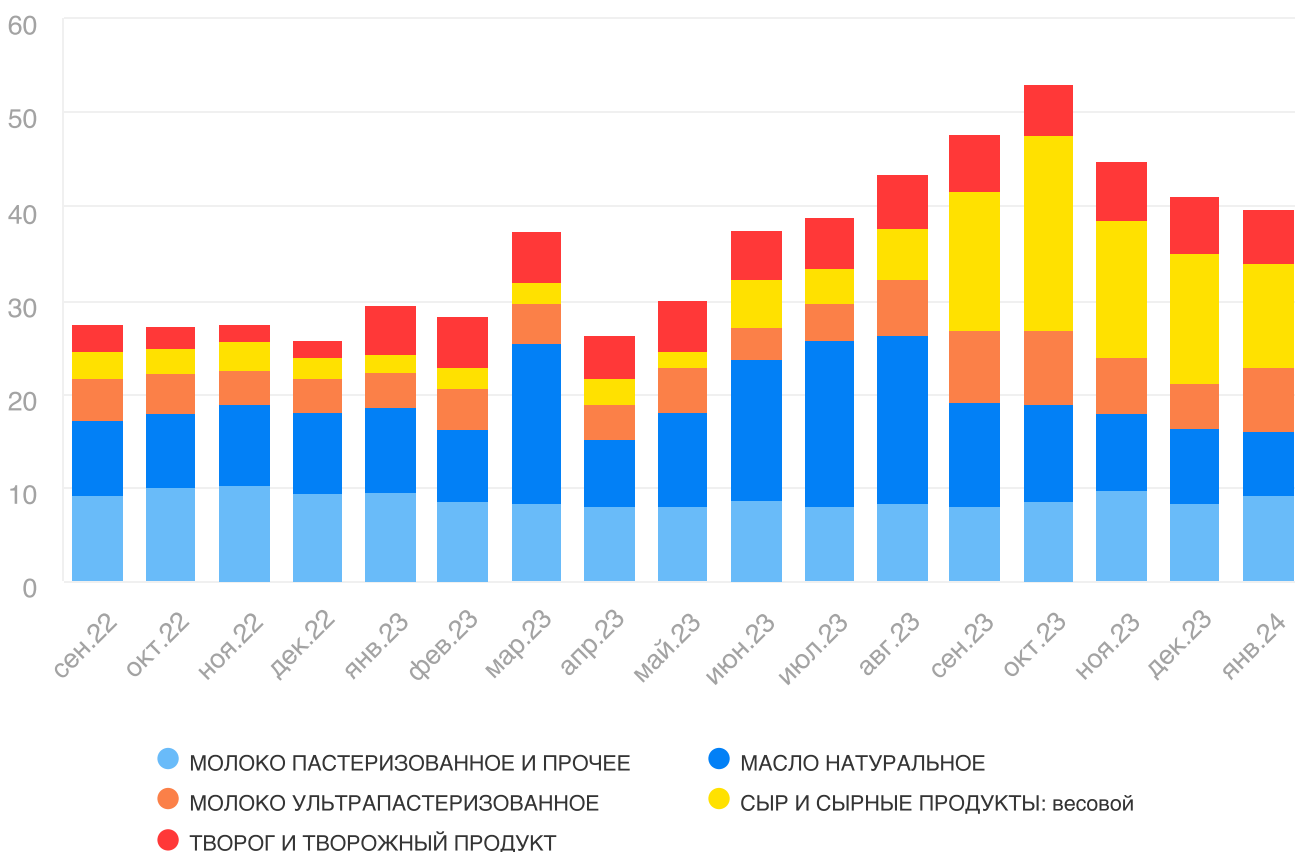




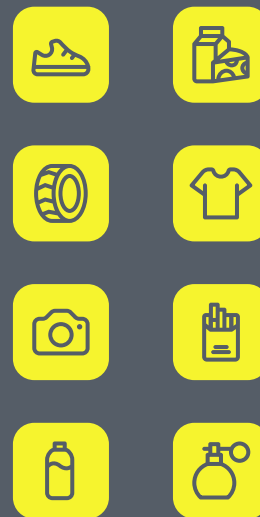
Таблица 14. Объем ввоза молочной продукции из-за пределов РФ по видам продукции, млн л.

Тип продукции	Янв 2024	Справочно	
		Дек 2023	Янв 2023
Сыр и сырные продукты: весовой	11.02	13.98	1.99
Молоко пастеризованное и прочее	8.97	8.31	9.38
Масло натуральное	7.04	7.95	8.98
Молоко ультрапастеризованное	6.85	4.74	3.79
Творог и творожный продукт	5.74	5.90	5.25
Сыр и сырные продукты: не весовой	5.33	6.19	4.70
Молоко и сливки сухие	4.47	5.88	5.42
Йогурт	3.45	3.19	2.68
Сметана	2.91	2.94	2.51
Кефир	2.51	2.06	2.92
Другое	6.89	6.89	6.25
Итого	65.18	68.03	53.87

ДАТАМАРКЕТ

Система, позволяющая выбирать, заказывать и получать аналитические данные по товарным рынкам на основе данных системы «Честный знак»

Датумаркет позволяет получить данные, используемые для построения обзора рынка в части спроса.



Доступны для скачивания отчеты по 8 товарным категориям

Отчеты предоставляются в следующей грануляции:

*Данные обезличены



ТОВАР

Товарные группы
ТНВЭД / ОКПД2
GTIN*



ПЕРИОД

Квартал
Месяц / Неделя
День*



УЧАСТНИКИ

Каналы продаж
Оффлайн/онлайн
ИНН*



ГЕОГРАФИЯ

Субъекты РФ
Города
Индекс / Адрес*

Возможно сделать заявку на индивидуальный отчет или исследование

ОТЧЕТЫ И СКОРИНГ

Потенциал продаж
Доля рынка
Кредитный рейтинг

СПРАВОЧНИКИ И КОНСАЛТИНГ

Каналы продаж
Форматы товаров
Мониторинг свежести

Стоимость от 3 000 ₽

Подробнее на <https://датамаркет.честныйзнак.рф/>