**Обзор на руския пазар на мед**

Дълги години цената на захарта е била висока и само богатите хора са можели да си позволяват този продукт. В момента ситуацията е по-различна. Годишното потребление на захар в Русия е 34 кг на човек, докато само 1,4 кг мед се консумират от човек на година. Това се дължи главно на по-високата цена на меда в сравнение със захарта. Също така използването на мед в сладкарските изделия е ограничено поради специфичния вкус на всеки различен сорт.

Въпреки че нивото на потребление на мед в Русия е сравнителни ниско, тенденцията за водене на по-здравословен живот позволява на експертите да предвиждат ръст на потреблението на този продукт. Един от най-важните фактори, които влияят на развитието на този сектор е високата му сезонна зависимост. За да може този сектор да се развива въпреки тази зависимост от сезонните колебания в Русия, секторът се нуждае от държавна поддръжка, която за момента е на много ниско ниво.

Най-големи растителни и медоносни ресурси притежават Уралския и Източно-Европейския регион, както и Далечния Изток. Висок потенциал за развитие на производството на мед притежават Западносибирския и Поволжски региони.

В последно време в този сектор се наблюдава присъствието на промишлени предприятия. Едни от най-големите предприятия са: Компания «Алтайский пчелоцентр» (Алтайски край), «Региональный научно-производственный центр «Башкирский мед» (Башкирия), «Мед Алтая» (Алтайски край) и ООО «Медовый дом» (Санкт-Петербург). От най-големите производители на пазара, активно изнася продукцията си фирма „Медовый дом“, което показва, че руските компании са готови да излязат на световния пазар. Въпреки това, за момента износът не е приоритет за руските производители на мед, поради желанието им за усвояване на отечествения пазар.

През 2012 основният вносител на мед е била Украйна, като 53,3% от продажбите на продуктите са били от украински произход. Това се променя през 2013 г., когато Германия изпреварва Украйна и държи 35,1% от продажбите, в сравнение с 23,41% на Украйна.

Медът се реализира на пазара по два основни канала – продажба директно на потребителя, на пазари за мед или пазари за селскостопански продукти или продажба чрез посредник. Много от пчеларите продават меда си на пазари за селскостопански продукти. Въпреки това пазарът има нужда от друг вид канал за разпространение, който действа постоянно. Това е една от причините в Русия да се появи Борсата за мед. В интернет може да се намерят десетки средно големи борси. Освен това медът се продава и в магазини за хранителни продукти и специализирани магазини, магазини за деликатеси, козметика, диетични продукти и други.

Според експертите консумацията на мед може да достигне до 1 млн. тона на година, като в момента обемът на пазара е 112 хил. тона. По данни на Руския национален съюз на пчеларите руското производство на мед през 2013 г. е достигнало 109 хил. тона, като отечествените компании имат капацитета да произвеждат 1 млн. тона. Нужно е да се отбележи, че като цяло в отрасъла се наблюдава положителна динамика и има потенциал за развитие.

Основните потребители на мед в сегмента B2B козметичните и медицински предприятия и предприятията от хранителната промишленост. В сегмента B2C редовни потребители са както мъжете, така и жените. На първо място по популярност сред потребителите е липовият мед със 17% от продажбите. (фиг. 1). На второ място по популярност на пазара е медът от кестени с 14%, следван от медът от орехи и акации с еднакъв дял от 12%.

В последно време се наблюдава тенденцията на потребители да ползват меда като по-полезен заместител на захарта. В тази връзка през 2011 г. руските потребители са консумирали около 0,7-0,7 кг мед, докато през 2013 г. това количество е достигнало 1,3-1,4 гк.

Въпреки положителната динамика на пазара много от производителите срещат с трудности при реализацията на своите продукти. Една от причините е трудното намиране на клиенти, поради рядкото провеждане на специализирани пазари за мед. Освен това на базара има голямо количество на фалшификати и недобросъвестно поведение на някои производители. Възможно е производителите да разредят меда и по този начин да имат възможността да го предложат на по-ниски цени, което прави натуралните продукти по-малко конкурентоспособни. Тази тенденция на пазара води до спад в доверието на потребителите в производителите на мед, което намалява търсенето на продукта затруднява развитието на пазара.

Списание „Russian Food and Drinks Magazine“ брой 4/2014