



EVENTUS CONSULTING

Отчет маркетингового исследования

Анализ рынка мясных полуфабрикатов 2017 г. Влияние кризиса, тенденции, перспективы развития и прогноз рынка.

Разработчик:

Консалтинговая компания

«EVENTUS Consulting»

+7 (499) 340 -70 -12

www.bp-eventus.ru

info@bp-eventus.ru

market@bp-eventus.ru



Москва,
2017

СОДЕРЖАНИЕ

СОДЕРЖАНИЕ.....2

СПИСОК ПРИЛОЖЕНИЙ.....5

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ.....11

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ.....11

ИНФОРМАЦИОННАЯ БАЗА.....11

**ГЛАВА 1. АНАЛИЗ РЫНКА МЯСНЫХ ПОЛУФАБРИКАТОВ В РФ
2017 Г.12**

1.1. ОБЪЕМ И ДИНАМИКА ПРОИЗВОДСТВА МЯСНЫХ
ПОЛУФАБРИКАТОВ В РФ.....12

1.1.1. Объем и годовая динамика производства мясных полуфабрикатов.....12

1.1.2. Структура производства полуфабрикатов по видам.....16

1.1.3. Сегмент охлажденных мясных полуфабрикатов.....16

1.1.4. Сегмент замороженных мясных полуфабрикатов.....17

1.2. ОБЪЕМ, ДИНАМИКА И СТРУКТУРА ПРОИЗВОДСТВА
ПОЛУФАБРИКАТОВ ПО ФО РФ.....18

1.3. ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РЫНОК ПОЛУФАБРИКАТОВ.
ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА.....21

1.3.1 Основные тенденции факторы, влияющие на рынок.....22

1.3.2. Наиболее популярные сегменты.....30

1.3.2. Доля мясных продуктов, в общем объеме потребления продуктов
питания.....33

1.3.3. Изменение структуры потребления и потребительского поведения на
рынке мясных полуфабрикатов.....34

1.4. АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ
ПОЛУФАБРИКАТОВ МЯСНЫХ 2015 Г.36

1.4.1. Факторы и основные критерии выбора продуктов
мясопереработки.....38

1.4.2. Популярность полуфабрикатов среди прочих мясных продуктов 39

1.4.3. Частота приобретения.....42

1.4.4. Средние затраты на покупку мясных полуфабрикатов.....43

1.4.5. Места приобретения мясных полуфабрикатов.....44

1.4.6. Предпочтения покупателей по упаковке продукции.....45

1.4.7. Предпочтения покупателей по весу упаковки.....46



1.5. ПОПУЛЯРНЫЕ ТОРГОВЫЕ МАРКИ МЯСНЫХ
ПОЛУФАБРИКАТОВ.....47

**ГЛАВА 2. СЫРЬЕВАЯ БАЗА. РЫНОК МЯСА ГОВЯДИНЫ И
СВИНИНЫ 2017 Г.50**

2.1. АНАЛИЗ ПРОИЗВОДСТВА МЯСА.....50

2.1.1. Объем, структура и динамика производства говядины в РФ (парной, охлажденной и замороженной)50

2.1.2. Объем, структура и динамика производства свинины в РФ (парной, охлажденной и замороженной)53

2.1.3. Объем и динамика производства по ФО РФ по видам.....56

Объем, динамика и структура производства говядины по ФО РФ по видам.....56

Объем, динамика и структура производства свинины по ФО РФ по видам.....59

2.2. АНАЛИЗ ИМПОРТА МЯСА.....62

2.2.1. Условия, группы продукции, страны-поставщики.....62

2.2.2. Объем и динамика импорта в целом по РФ по видам.....63

Объем и динамика импорта мяса КРС (в т.ч. говядины) в РФ.....63

Структура импорта мяса КРС в РФ по видам.....65

География импорта мяса КРС в РФ по видам.....66

Объем и динамика импорта свинины в РФ.....71

География импорта свинины в РФ.....72

2.3. ФАКТОРЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА
МЯСА.....75

ГЛАВА 3. ЦЕНОВОЙ АНАЛИЗ 2017 Г.80

3.1. ЦЕНЫ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ НА МЯСО ГОВЯДИНЫ И
СВИНИНЫ.....80

3.1.1. Уровень и динамика цен в целом по РФ по видам.....80

3.1.2. Уровень и динамика цен по ФО РФ по видам.....82

3.2. ЦЕНЫ НА МЯСНЫЕ ПОЛУФАБРИКАТЫ.....86

3.2.1. Уровень и динамика цен в целом по РФ по видам.....86

Годовая динамика цен, темпы роста цен.....86

Поквартальная динамика цен.....89

3.2.2. Уровень и динамика цен ПО ФО по видам.....93

Говяжьи крупно- и мелкокусковые полуфабрикаты.....93

Свинные крупно- и мелкокусковые полуфабрикаты.....95

Мясной фарш.....96

Мясокопчености.....98



Пельмени, манты, равиоли.....100

ГЛАВА 4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ 2015 Г.103

4.1. КОНКУРЕНТНАЯ СРЕДА.....103

4.2. ДОЛИ РЫНКА КРУПНЕЙШИХ ИГРОКОВ НА РЫНКЕ
МЯСОПЕРЕРАБОТКИ.....106

4.3. СВОДНЫЙ АНАЛИЗ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ
ПОЛУФАБРИКАТОВ.....107

4.3.1. Характеристика производителей.....107

4.3.2. Объемы производства полуфабрикатов на предприятиях.....134

4.3.3. География и структура сбыта на предприятиях139

ВЫВОДЫ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ.....146

О КОМПАНИИ EVENTUS CONSULTING.....156

СПИСОК ПРИЛОЖЕНИЙ

Список диаграмм

- Диаграмма 1. Динамика производства полуфабрикатов в РФ, тонн , 2010-2017гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат).....18
- Диаграмма 2. Структура производства полуфабрикатов по сегментам, 2016 год, % (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат)19
- Диаграмма 3. Динамика производства охлажденных полуфабрикатов в РФ, тонн , 2010-2016 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат)20
- Диаграмма 4. Динамика производства мороженных полуфабрикатов в РФ, тонн , 2010-2016 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат)21
- Диаграмма 5. Географическая структура производства полуфабрикатов по ФО в РФ, тонн, 2016 г. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат)22
- Диаграмма 6. Географическая структура производства охлажденных полуфабрикатов по ФО в РФ, тонн, 2016 г. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат)22
- Диаграмма 7. Географическая структура производства мороженных полуфабрикатов по ФО в РФ, тонн, 2016 г. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат)23
- Диаграмма 8. Структура производства полуфабрикатов по сегментам, 2016 год, % (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат)25
- Диаграмма 9. Темпы роста производства полуфабрикатов по видам, % (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат)27
- Диаграмма 10. Динамика номинальных повседневных расходов жителей российских городов с населением от 100 тысяч человек.....28
- Диаграмма 11. Динамика реальных очищенных от инфляции повседневных расходов жителей российских городов с населением от 100 тысяч человек.....29
- Диаграмма 12. Доля промо-покупок в отдельных категориях.....31
- Диаграмма 13. Потребление основных видов замороженных полуфабрикатов в среднем по РФ в 2014 году (Источник: Ромир)34
- Диаграмма 14. Ассортимент мясных полуфабрикатов в розничной торговле за 2014 год (Источник: Ромир)35
- Диаграмма 15. Популярность полуфабрикатов по видам в ЮФО (Источник: исследование потребительских предпочтений Эвентус консалтинг 2015 г.)35
- Диаграмма 16. Популярность полуфабрикатов по подвидам в ЮФО (Источник: исследование потребительских предпочтений Эвентус консалтинг 2015 г.)36
- Диаграмма 17. Доля мясных продуктов в общем объеме потребления продуктов питания жителей России в 2015 году в натуральном выражении (Источник: Росстат)37
- Диаграмма 18. Доля мясных продуктов в общем объеме потребления продуктов питания жителей РФ в 2015 году в стоимостном выражении (Источник: Росстат)37
- Диаграмма 19. Тенденция изменений структуры производства полуфабрикатов (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат)38
- Диаграмма 20. Тенденция изменений структуры производства полуфабрикатов в ЮФО (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат)39
- Диаграмма 21. Социально-демографический портрет респондентов Волгограда (распределение по полу, возрасту, типу занятости, составу семьи) (Источник: исследование потребительских предпочтений Эвентус консалтинг 2015 г.)40
- Диаграмма 22. Распределение респондентов по уровню дохода на одного члена семьи (Москва) (Источник: исследование потребительских предпочтений Эвентус консалтинг 2015 г.)41
- Диаграмма 23. Количество покупателей по видам мясной продукции (Источник: исследование потребительских предпочтений Эвентус консалтинг 2015 г.)43

- Диаграмма 24. Частота приобретения по видам мясных полуфабрикатов (Источник: исследование потребительских предпочтений Эвентус консалтинг 2015 г.)46
- Диаграмма 25. Средние затраты на покупку мясных полуфабрикатов (Источник: исследование потребительских предпочтений Эвентус консалтинг 2015 г.)47
- Диаграмма 26. Распределение покупателей по предпочтениям упаковки (Источник: исследование потребительских предпочтений Эвентус консалтинг 2015 г.)49
- Диаграмма 27. Распределение покупателей по сумме покупки в натуральном выражении (Источник: исследование потребительских предпочтений Эвентус консалтинг 2015 г.)50
- Диаграмма 28. Динамика производства мяса КРС в РФ, тонн , 2010-2017 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)53
- Диаграмма 29. Структура производства мяса КРС по сегментам, 2016 год, % (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)54
- Диаграмма 30. Динамика производства парного и охлажденного мяса КРС в РФ, тонн , 2010-2017 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)55
- Диаграмма 31. Динамика производства мороженого мяса КРС в РФ, тонн , 2010-2017 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)56
- Диаграмма 32. Динамика производства свинины в РФ, тонн , 2010-2017 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)56
- Диаграмма 33. Структура производства свинины по сегментам, 2016 год, % (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)57
- Диаграмма 34. Динамика производства парной и охлажденной свинины в РФ, тонн , 2010-2017 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)58
- Диаграмма 35. Динамика производства мороженой свинины в РФ, тонн , 2010-2017 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)58
- Диаграмма 36. Географическая структура производства мяса КРС по ФО в РФ, тонн, 2016 г. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)59
- Диаграмма 37. Географическая структура производства парного и охлажденного мяса КРС по ФО в РФ, тонн, 2016 г. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)60
- Диаграмма 38. Географическая структура производства мороженого мяса КРС по ФО в РФ, тонн, 2016 г. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)61
- Диаграмма 39. Географическая структура производства свинины по ФО в РФ, тонн, 2016 г. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)62
- Диаграмма 40. Географическая структура производства парной и охлажденной свинины по ФО в РФ, тонн, 2016 г. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)63
- Диаграмма 41. Географическая структура производства мороженой свинины по ФО в РФ, тонн, 2016 г. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)64
- Диаграмма 42. Динамика объема импорта мяса КРС в РФ 2010-2016 гг., тонн (Источник: ФТС РФ.)66
- Диаграмма 43. Поквартальная динамика импорта свежего и охлажденного мяса КРС, тонн (Источник: ФТС РФ.)67
- Диаграмма 44. Поквартальная динамика импорта замороженного мяса КРС, тонн (Источник: ФТС РФ.)68
- Диаграмма 45. Динамика структуры импорта мяса КРС по видам, 2010-2016 гг., % (Источник: ФТС РФ.)69
- Диаграмма 46. География импорта парного мяса КРС в РФ в 2014 и 2016 году, % (Источник: ФТС РФ.)70
- Диаграмма 47. География импорта парного мяса КРС в РФ в 1 кв. 2017 года, % (Источник: ФТС РФ.)72
- Диаграмма 48. География импорта мороженого мяса КРС в РФ в 2014 и 2016 году, % (Источник: ФТС РФ.)72



- Диаграмма 49. География импорта замороженного мяса КРС в РФ в 1 кв. 2017 года, % (Источник: ФТС РФ.)74
- Диаграмма 50. Динамика импорта свинины в РФ в тоннах, 2012-2016 гг. (Источник: ФТС РФ.)75
- Диаграмма 51. География импорта свинины в РФ в 2014 и 2016 году, % (Источник: ФТС РФ.)76
- Диаграмма 52. Поквартальная динамика импорта свинины в РФ, тонн (Источник: ФТС РФ.)77
- Диаграмма 53. География импорта свинины в РФ в 1 кв. 2017 года, % (Источник: ФТС РФ.)78
- Диаграмма 54. Тенденции изменения структуры производства говядины (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)80
- Диаграмма 55. Тенденции изменения структуры производства свинины (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)81
- Диаграмма 56. Динамика цен производителей на говядину в РФ, тыс. руб./тонна, 2010-2016 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)83
- Диаграмма 57. Динамика цен производителей на свинину в РФ, тыс. руб./тонна, 2010-2016 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)84
- Диаграмма 58. Динамика цен (по месяцам) на свинину и говядину в РФ, руб./ тонна, 2015-2017 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)85
- Диаграмма 59. Цены производителей на говядину по ФО РФ, тыс. руб./тонна, 2014 (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)86
- Диаграмма 60. Динамика цен производителей на говядину по ФО РФ, тыс. руб./тонна, 2010-2016 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)87
- Диаграмма 61. Динамика цен производителей на говядину по ФО РФ, тыс. руб./тонна, 2015-2016 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)87
- Диаграмма 62. Цены производителей на свинину по ФО РФ, тыс. руб./тонна, 2016 (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)88
- Диаграмма 63. Динамика цен производителей на свинину по ФО РФ, тыс. руб./тонна, 2010-2016 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)88
- Диаграмма 64. Динамика цен производителей на свинину по ФО РФ, руб./тонна, 2015-2016 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)89
- Диаграмма 65. Динамика потребительских цен на мяскопчености в РФ, руб./кг, 2010-2016 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)91
- Диаграмма 66. Динамика потребительских цен на п/фабрикаты крупно- и мелкокусковые говяжьи в РФ, руб./кг, 2010-2016 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)91
- Диаграмма 67. Динамика потребительских цен на свиные крупно- и мелкокусковые п/фабрикаты в РФ, руб./кг, 2010-2016 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)92
- Диаграмма 68. Поквартальная динамика потребительских цен на мяскопчености в РФ, руб. за кг, 2015-1 кв. 2017 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)93
- Диаграмма 69. Поквартальная динамика потребительских цен на крупно- и мелкокусковые полуфабрикаты говяжьи в РФ, руб. за кг, 2015- 1 кв. 2017 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)94
- Диаграмма 70. Поквартальная динамика потребительских цен на крупно- и мелкокусковые полуфабрикаты свиные в РФ, руб. за кг, 2015- 1 кв. 2017 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)94
- Диаграмма 71. Поквартальная динамика потребительских цен на мясной фарш в РФ, руб. за кг, 2015- 1 кв. 2017 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)95

- Диаграмма 72. Поквартальная динамика потребительских цен на пельмени, манты, ravioli в РФ, руб. за кг, 2015- 1 кв. 2017 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)96
- Диаграмма 73. Потребительские цены на говяжьи крупно- и мелкокусковые полуфабрикаты по ФО РФ, руб. за кг, 2016 (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)96
- Диаграмма 74. Динамика потребительских цен на говяжьи крупно- и мелкокусковые полуфабрикаты по ФО РФ, руб. за кг, 2012-2016 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)97
- Диаграмма 75. Потребительские цены на свиные крупно- и мелкокусковые полуфабрикаты по ФО РФ, руб. за кг, 2016 (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)98
- Диаграмма 76. Динамика потребительских цен на свиные крупно- и мелкокусковые полуфабрикаты по ФО РФ, руб. за кг, 2012-2016 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)99
- Диаграмма 77. Потребительские цены на мясной фарш по ФО РФ, руб. за кг, 2016 (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)100
- Диаграмма 78. Динамика потребительских цен на мясной фарш по ФО РФ, руб. за кг, 2012-2016 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)100
- Диаграмма 79. Потребительские цены на мясокопчености по ФО РФ, руб. за кг, 2016 (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)102
- Диаграмма 80. Динамика потребительских цен на мясокопчености по ФО РФ, руб. за кг, 2012-2016 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)103
- Диаграмма 81. Потребительские цены на пельмени, манты, ravioli по ФО РФ, руб. за кг, 2016 (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)104
- Диаграмма 82. Динамика потребительских цен на пельмени, манты, ravioli по ФО РФ, руб. за кг, 2012-2016 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)104
- Диаграмма 83. Доли основных игроков в производстве свинины в РФ, 2014 г. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, данные производителей.).....109
- Диаграмма 84. Доли основных игроков на рынке мясопереработки в ЦФО, 2014 г. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, данные производителей.)110
- Диаграмма 85. Распределение по популярности производимой продукции (среднее по всем комбинатам) (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, данные производителей.)137
- Диаграмма 86. Распределение по популярности производимой продукции (среднее по всем комбинатам) ПФО (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, данные производителей.)139
- Диаграмма 87. Распределение по популярности производимой продукции (среднее по всем комбинатам) ЮФО (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, данные производителей.)141

Список таблиц

- Таблица 1. Динамика производства, импорта, экспорта мяса, тонн. Баланс внешней торговли, объем рынка тыс. тонн, Потребление на душу населения, самообеспеченность. 2001-2016 гг. (Источник: экспертно-аналитический центр Агробизнеса)17
- Таблица 2. Динамика производства полуфабрикатов в РФ по видам, темпы роста, тонн , 2010-2017 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат)19
- Таблица 3. Динамика производства полуфабрикатов в ФО РФ, темпы роста, тонн , 2010-2016 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат)22



- Таблица 4. Динамика производства охлажденных полуфабрикатов в ФО РФ, темпы роста, тонн , 2010-2016 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат)23
- Таблица 5. Динамика производства мороженных полуфабрикатов в ФО РФ, темпы роста, тонн , 2010-2016 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат)24
- Таблица 6. Распределение респондентов по возрастным группам с делением по полу и типу занятости (Москва) (Источник: исследование потребительских предпочтений Эвентус консалтинг 2015 г.)40
- Таблица 7. Распределение по значимости факторов и основных критериев выбора (Источник: исследование потребительских предпочтений Эвентус консалтинг 2015 г.)42
- Таблица 8. Количество покупателей по видам мясной продукции (Источник: исследование потребительских предпочтений Эвентус консалтинг 2015 г.)44
- Таблица 9. Количество покупателей по видам порционных и крупнокусковых полуфабрикатов (Источник: исследование потребительских предпочтений Эвентус консалтинг 2015 г.)44
- Таблица 9. Количество покупателей по видам мелкокусковых полуфабрикатов (Источник: исследование потребительских предпочтений Эвентус консалтинг 2015 г.)44
- Таблица 11. Количество покупателей по видам переработанных полуфабрикатов (Источник: исследование потребительских предпочтений Эвентус консалтинг 2015 г.)45
- Таблица 12. Распределение респондентов по значимости мест приобретения мясной продукции (Источник: исследование потребительских предпочтений Эвентус консалтинг 2015 г.)48
- Таблица 13. Распределение респондентов по количеству названных в первую очередь ТМ и по количеству покупаемых ТМ полуфабрикатов порционных (Источник: исследование потребительских предпочтений Эвентус консалтинг 2015 г.)50
- Таблица 14. Распределение респондентов по количеству названных в первую очередь ТМ и по количеству покупаемых ТМ полуфабрикатов переработанных (Источник: исследование потребительских предпочтений Эвентус консалтинг 2015 г.)51
- Таблица 15. Распределение респондентов по количеству названных в первую очередь ТМ и по количеству покупаемых ТМ мелкокусковых полуфабрикатов (Источник: исследование потребительских предпочтений Эвентус консалтинг 2015 г.)51
- Таблица 16. Распределение респондентов по количеству названных в первую очередь ТМ и по количеству покупаемых ТМ фарша (Источник: исследование потребительских предпочтений Эвентус консалтинг 2015 г.)52
- Таблица 17. Динамика производства мяса КРС в РФ по видам, темпы роста, тонн , 2010-2017 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)54
- Таблица 18. Динамика производства свинины в РФ по видам, темпы роста, тонн , 2010-2017 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)57
- Таблица 19. Динамика производства мяса КРС в ФО РФ, темпы роста, тонн , 2012-2016 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)60
- Таблица 20. Динамика производства парного и охлажденного мяса КРС в ФО РФ, темпы роста, тонн , 2012-2016гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)61
- Таблица 21. Динамика производства мороженого мяса КРС в ФО РФ, темпы роста, тонн , 2012-2016 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)62
- Таблица 22. Динамика производства свинины в ФО РФ, темпы роста, тонн , 2012-2016 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)63
- Таблица 23. Динамика производства парной и охлажденной свинины в ФО РФ, темпы роста, тонн , 2012-2016 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)64
- Таблица 24. Динамика производства мороженой свинины в ФО РФ, темпы роста, тонн , 2012-2016 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)65

Таблица 25. Перечень продукции, запрещенной к ввозу в Российскую Федерацию (Источник: ФТС РФ.)	66
Таблица 26. Объем, динамика и темпы роста импорта мяса КРС по видам, тонн (Источник: ФТС РФ.)	67
Таблица 27. Динамика географии импорта парного мяса КРС в РФ 2013-2016 году, тонн (Источник: ФТС РФ.)	71
Таблица 28. Поквартальная динамика географии импорта парного мяса КРС в РФ, тонн (Источник: ФТС РФ.)	71
Таблица 29. Динамика географии импорта мороженого мяса КРС в РФ 2013-2016 году, тонн (Источник: ФТС РФ.)	73
Таблица 30. Поквартальная динамика географии импорта замороженного мяса КРС в РФ, тонн (Источник: ФТС РФ.)	74
Таблица 31. Динамика географии импорта свинины в РФ 2012-2016 году, тонн (Источник: ФТС РФ.)	77
Таблица 32. Поквартальный объем, динамика и структура импорта свинины в РФ, 2015- 1 кв. 2017, тонн (Источник: ФТС РФ.)	78
Таблица 33. Динамика и темпы роста цен на полуфабрикаты в целом по РФ, 2010-2016 гг., руб. за кг (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)	90
Таблица 34. Поквартальная динамика и темпы роста цен на полуфабрикаты в целом по РФ, 2016-1 кв. 2017 гг., руб. за кг (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)	93
Таблица 35. Поквартальная динамика и темпы роста потребительских цен на говяжьи крупно- и мелкокусковые полуфабрикаты по ФО РФ, руб. за кг (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)	97
Таблица 36. Поквартальная динамика и темпы роста потребительских цен на свиные крупно- и мелкокусковые полуфабрикаты по ФО РФ, руб. за кг (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)	99
Таблица 37. Поквартальная динамика и темпы роста потребительских цен на мясной фарш по ФО РФ, руб. за кг (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)	101
Таблица 38. Поквартальная динамика и темпы роста потребительских цен на мясокопчености по ФО РФ, руб. за кг (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)	103
Таблица 39. Поквартальная динамика и темпы роста потребительских цен на пельмени, манты, ravioli по ФО РФ, руб. за кг (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)	105
Таблица 40. Сводная характеристика предприятий ЦФО (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, данные производителей.)	118
Таблица 41. Сводная характеристика предприятий ПФО (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, данные производителей.)	131
Таблица 42. Сводная характеристика предприятий ЮФО и СКФО (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, данные производителей.)	136
Таблица 43. Объемы производства на предприятиях ЦФО (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, данные производителей.)	138
Таблица 44. Объемы производства на предприятиях ПФО (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, данные производителей.)	140
Таблица 45. Объемы производства на предприятиях ЮФО (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, данные производителей.)	141
Таблица 46. Сбыт, география поставок производителей ЦФО (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, данные производителей.)	144
Таблица 47. Сбыт, география поставок производителей ПФО (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, данные производителей.)	146

Таблица 48. Сбыт, география поставок производителей ЮФО (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, данные производителей.)148

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ

Цель исследования: Провести анализ российского рынка мясных полуфабрикатов.

Задачи исследования:

1. Анализ производства мясных полуфабрикатов в РФ и ФО РФ (объем, динамика, структура по видам, география производства и т.д.);
2. Анализ факторов, влияющих на рынок; анализ тенденции рынка;
3. Анализ потребительских предпочтений на рынке полуфабрикатов (критерии выбора, средние затраты, места приобретения, частота приобретения и т.д.);
4. Анализ популярности торговых марок полуфабрикатов;
5. Анализ сырьевой базы: производства мяса (говядины, свинины) и импорта мяса (говядина, свинина);
6. Анализ цен на полуфабрикаты по видам в России и в ФО РФ, а также на мясо свинины и говядины;
7. Конкурентный анализ: определение конкурентной среды, долей рынка крупнейших игроков мясопереработки, представление сводного анализа ряда компаний-производителей с объемами производства.

ИНФОРМАЦИОННАЯ БАЗА

- Федеральная служба государственной статистики РФ (Росстат)
- Федеральная таможенная служба РФ (ФТС РФ)
- Данные Министерства сельского хозяйства РФ
- Данные Министерства экономического развития
- Средства массовой информации (периодические издания, отраслевые журналы: национальные, региональные, местные)
- Данные отраслевых союзов и прочих отраслевых организаций
- Электронные источники (базы данных, интернет - ресурсы)
- Собственные базы данных «Эвентус консалтинг»
- Данные предприятий-производителей 2015 г.
- Данные опросов потребителей 2015 г.
- Данные экспертов рынка 2015 г.

Методология исследования:

Исследование проводилось согласно международными стандартами ESOMAR (Европейского Общества исследователей рынка и общественного мнения), а также согласно требованиям ФАС к исследованиям рынка. При проведении исследования были использованы качественные и количественные методики.

Географические границы товарного рынка:

Географическими границами товарного рынка является РФ в целом и в разбивке на ЮФО, СКФО, ЦФО, ПФО, СФО, СЗФО, ДФО.



ГЛАВА 1. АНАЛИЗ РЫНКА МЯСНЫХ ПОЛУФАБРИКАТОВ В РФ 2017 Г.

1.1. ОБЪЕМ И ДИНАМИКА ПРОИЗВОДСТВА МЯСНЫХ ПОЛУФАБРИКАТОВ В РФ

1.1.1. Объем и годовая динамика производства мясных полуфабрикатов

Структура потребления мяса в России меняется. Доля говядины снижается, при этом растет потребление мяса птицы – наиболее доступного по цене источника животного белка. Замещение говядины птицей также происходит и в производстве колбасных изделий и полуфабрикатов. Благодаря сочетанию мер по защите российского рынка и поддержке местного производителя доля импорта на рынке неуклонно снижается. В 2014 году дополнительными факторами, резко снизившими импорт, стали ветеринарные запреты, специальные экономические меры и девальвация рубля. За счет этих факторов импорт в 2015 и в 2016 году значительно сократился.

Резкая девальвация рубля в конце 2014 года привела к существенному удорожанию импортной продукции. Импортируемая мясная продукция стала недоступной по цене, что создало дополнительное конкурентное преимущество для отечественных производителей.

В 2014 году наибольшее влияние на рынок свинины оказал введенный в марте ветеринарный запрет на импорт мяса из ЕС. Поскольку около 20–25 % рынка приходилось на импортные поставки, введенные ограничения привели к определенному дефициту. В начале II квартала, когда спрос на мясо традиционно растет перед летним сезоном, это привело к заметному росту цен. В 2014 году произошел целый ряд событий, которые существенно и в короткий срок изменили ситуацию на российском рынке мяса и мясной продукции. Вирус АЧС был впервые выявлен в ЕС на территории Литвы 24 января 2014 года. До тех пор Европейский союз считался благополучным с точки зрения АЧС регионом. По этой причине с 30 января 2014 года приостановлен ввоз живых свиней и свинины из ЕС. Уже к середине февраля 2014 года болезнь перекинулась на территорию Польши, быстро принимая характер эпизоотии. С 7 апреля 2014 года ограничения распространились и на ввоз всех видов готовой мясной продукции из свинины, странами происхождения которой являются Польша и Литва. В ответ на это 8 апреля 2014 года ЕС подал иск на Россию в Орган ВТО по разрешению споров (ОРС). Проходившие с 30 апреля по 1 мая 2014 года консультации между сторонами не принесли ощутимого результата.

До ограничений на ввоз Европейский союз являлся одним из главных поставщиков свинины и свиных субпродуктов в Россию. По данным ФТС России, доля ЕС в российском импорте свинины в 2013 году составила приблизительно 59 % (365,5 тыс. тонн в абсолютном выражении). При этом доля Европейского союза в совокупном



объеме поставок свинины, свиных субпродуктов и свиного шпика на территорию России была равна чуть менее 73 % (711 тыс. тонн в абсолютном выражении). Общая сумма поставок из ЕС в денежном выражении составила около 1,8 млрд долл. США.

В 2001-2013 гг. отмечалось устойчивое увеличение объемов потребления мяса в стране (исключение составляли лишь 2004 и 2009 годы).

В 2014-2015 гг. произошло сокращение объемов потребления мяса (с 76,0 кг в 2013 году до 72,8 кг в 2015 году - за 2 года снижение на 4,2%), что обусловлено как некоторым сокращением реально располагаемых доходов населения, так и тем, что объемы прироста производства были несколько ниже, чем объемы падения импорта.

В 2016 году отмечается восстановление показателей. Потребление мяса всех видов в России за 2016 год возросло на 1 чел - до ** кг. Однако полного восстановления объемов потребления мяса до пиковых показателей 2013 года (** кг) пока что не произошло. В то же время, если сравнивать объемы за более длительный период, то за последние 5 лет потребление мяса на душу населения в РФ выросло на 4,9%, за 10 лет - на **%, за 15 лет - на **%. В структуре потребления существенно выросла доля мяса птицы и сократилась доля говядины.

Объем российского рынка мяса всех видов (включая субпродукты и шпик) в 2016 году составил *** тыс. тонн, что на 1,6% больше, чем в 2015 году и на 1,1% превышает показатели 2014 года. За 5 лет (к 2011 году) объем рынка вырос на 7,7%, за 10 лет – на 26,0%.

Напомним, что в 2015 году впервые был превышен минимальный порог продовольственной независимости по мясу. Согласно Доктрине продовольственной безопасности РФ, самообеспеченность РФ мясом должна быть не менее 85%. В 2016 году эта тенденция продолжилась и самообеспеченность России мясом увеличилась до **%. Еще 10 лет назад (в 2006 году) показатели составляли **%.

Год	Производство, тыс. тонн в убойном весе	Импорт, тыс. тонн	Экспорт, тыс. тонн	Баланс внешней торговли, тыс. тонн	Объем рынка, тыс. тонн	Среднегодовая численность населения, млн. чел.	Потребление на душу населения, кг	Самообеспеченность, %
2001	4 477	2 578	3	-2 575	7 052	146	48	64%
2005	4 990	3 234	1	-3 233	8 222	144	57	61%
2010	7 167	2 782	19	-2 763	9 930	143	70	72%
2015								
2016(О)								

Таблица 1. Динамика производства, импорта, экспорта мяса, тонн. Баланс внешней торговли, объем рынка тыс. тонн, Потребление на душу населения, самообеспеченность. 2001-2016 гг. (Источник: экспертно-аналитический центр Агробизнеса)

Свинина



Производство свинины в убойном весе всеми категориями хозяйств в 2016 году достигло 3368,2 тыс. тонн, что почти на 9 % превышает уровень 2015 года.

Производство свинины в убойном весе в личных подсобных и крестьянских (фермерских) хозяйствах в 2016 году было на уровне 651,4 тыс. тонн, что на 3,4 %, чем в 2015 году. При этом темпы снижения производства свинины в ЛПХ ускорились, так в 2015 году доля ЛПХ и КФК в общем объеме производства свинины составляла 22%, в 2016 году уже 19%.

Устойчивое сокращение производства свинины и поголовья свиней в личных подсобных и крестьянских (фермерских) хозяйствах является объективной и неизменной тенденцией последних нескольких лет. Основными причинами являются сложная эпизоотическая обстановка по африканской чуме свиней и связанное с ней усиление ветеринарного контроля за перемещением продукции свиноводства, отказ мясокомбинатов от сырья неизвестного происхождения, демографические изменения на селе, растущая конкуренция с индустриальным свиноводством и сложные экономические условия производства. По оценкам экспертов, снижение поголовья свиней в ЛПХ и КФХ продолжится и в ближайшие годы.

Объем производства свинины в сельскохозяйственных организациях в 2016 году составил 2716,8 тыс. тонн в убойном весе, что примерно на 12,1 %, выше, чем в 2015 году. В конце декабря 2014 года были внесены изменения в Государственную программу развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013–2020 годы.

Говядина

Объем производства говядины в 2016 году составил 1619 тыс. тонн в убойном весе, что на 1,8 %, или примерно на 30,4 тыс. тонн меньше, чем в 2015 году. Производство говядины в личных подсобных и крестьянских (фермерских) хозяйствах в 2016 году сократилось на 0,4 %, до 1083,1 тыс. тонн в убойном весе. Этот факт совпадает с тенденциями последних нескольких лет, характеризующейся постепенным сокращением объемов производства мяса КРС в указанной категории хозяйств. Вместе с тем, доля хозяйств населения и крестьянских (фермерских) хозяйств в структуре производства говядины остается высокой (порядка 67%).

Производство говядины в сельскохозяйственных организациях в 2013 году сократилось на 1,9 %, до 535,8 тыс. тонн в переводе на убойный вес.

Несмотря на некоторое улучшение ситуации в отрасли в связи с запуском ряда производств в мясном скотоводстве, доля промышленного сектора в совокупном производстве говядины остается низкой и составляет порядка 33 %. Это не позволяет ему быть конкурентоспособным относительно импорта. Как и ранее, говядина в России в целом остается побочным продуктом от производства молока.

Производство полуфабрикатов характеризуется положительной динамикой на протяжении всего исследуемого периода с 2010 по 2017 год. Однако темпы роста производства ежегодно сокращаются и в 2017 по прогнозам аналитиков достигнут своего минимума за последние семь лет. По итогам 2016 года объем производства полуфабрикатов мясных составил 3 016,3 тыс. тонн, рост 3,6% к 2015 году.

По итогам 2017 года объем производства вырастет всего на **% и составит ** тыс. тонн.

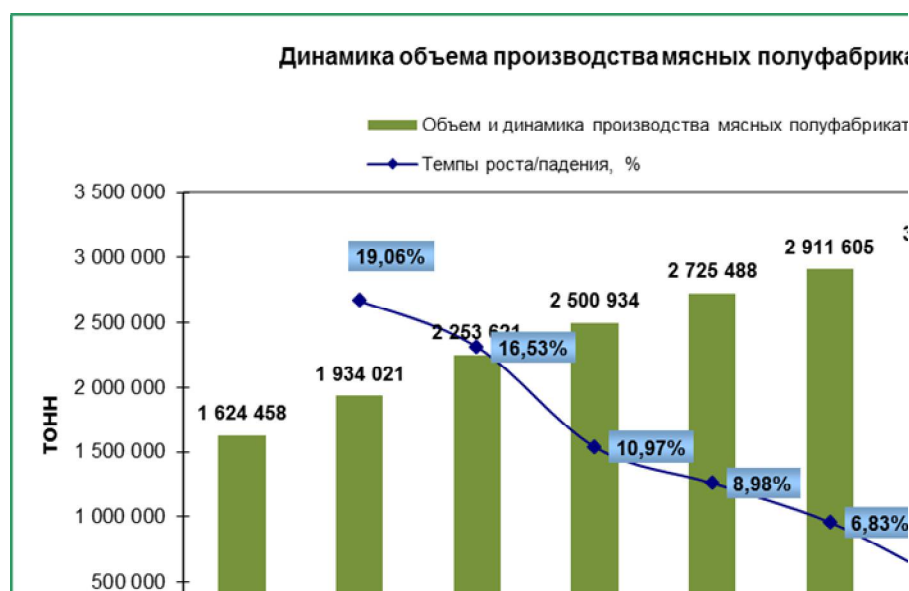


Диаграмма 1. Динамика производства полуфабрикатов в РФ, тонн, 2010-2017гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат)

Снижение темпов роста отмечается как в сегменте охлажденных полуфабрикатов, так и в сегменте замороженных. Так по итогам 2016 года рост производства охлажденных полуфабрикатов составил **%, а объем производства ** тыс. тонн. Объем производства замороженных полуфабрикатов составил ** тыс. тонн, темп роста к 2015 году всего **%.

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017 (о)
Объем и динамика производства мясных полуфабрикатов	1 624 458	1 934 021	2 253 621	2 500 934	2 725 488			
Темпы роста, %		19,06%	16,53%	10,97%	8,98%			
Производство полуфабрикатов мясных (мясосодержащих) охлажденных	514 700	635 209	763 531	861 881	1 020 782			
Темпы роста, %		23,41%	20,20%	12,88%	18,44%			
Производство полуфабрикатов мясных (мясосодержащих) подмороженных и замороженных	1 109 758	1 298 811	1 490 091	1 639 053	1 704 706			
Темпы роста, %		17,04%	14,73%	10,00%	4,01%			

Таблица 2. Динамика производства полуфабрикатов в РФ по видам, темпы роста, тонн, 2010-2017 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат)

1.1.2. Структура производства полуфабрикатов по видам

В структуре производства полуфабрикатов по видам наибольшую долю занимает замороженная продукция – ее доля в общем объеме российского производства – 60%. Охлажденные полуфабрикаты в целом по РФ занимают 40%. Прослеживается тенденция увеличения доли охлажденных полуфабрикатов.

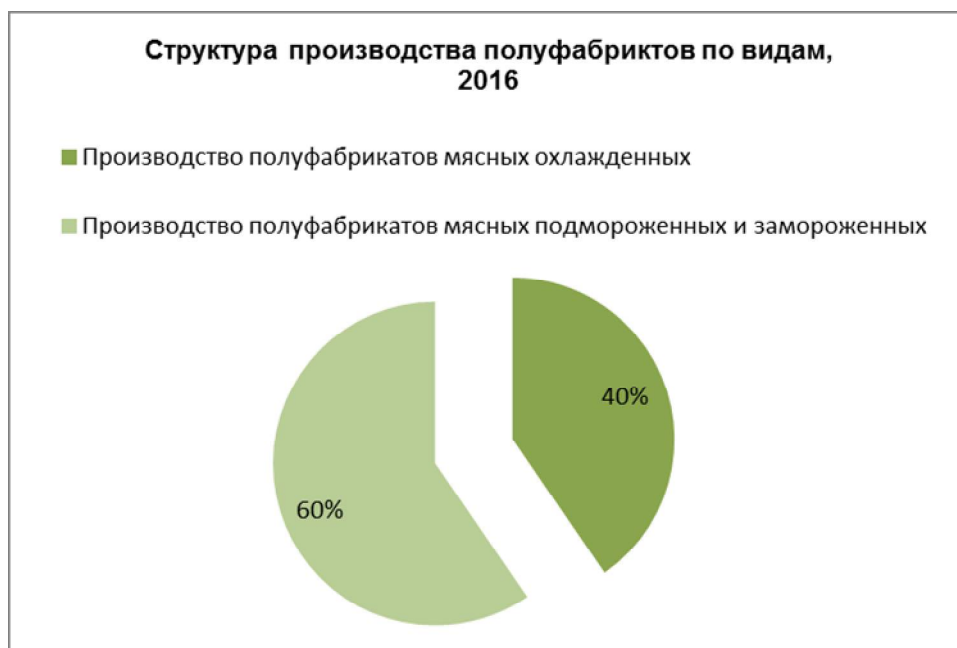


Диаграмма 2. Структура производства полуфабрикатов по сегментам, 2016 год, % (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат)

1.1.3. Сегмент охлажденных мясных полуфабрикатов

Производство охлажденных полуфабрикатов также имеют положительную динамику. Наиболее значительный период роста был отмечен в 2011 году, когда он составил 23,4%. По итогам 2016 года рост производства составил **% (объем производства достиг ** тыс. тонн).



Диаграмма 3. Динамика производства охлажденных полуфабрикатов в РФ, тонн, 2010-2016 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат)

1.1.4. Сегмент замороженных мясных полуфабрикатов

Производство мороженых полуфабрикатов обладает схожей динамикой, наибольший рост также был отмечен в 2011 году. По итогам 2016 года рост производства составил около **% (объем производства достиг ** тыс. тонн).

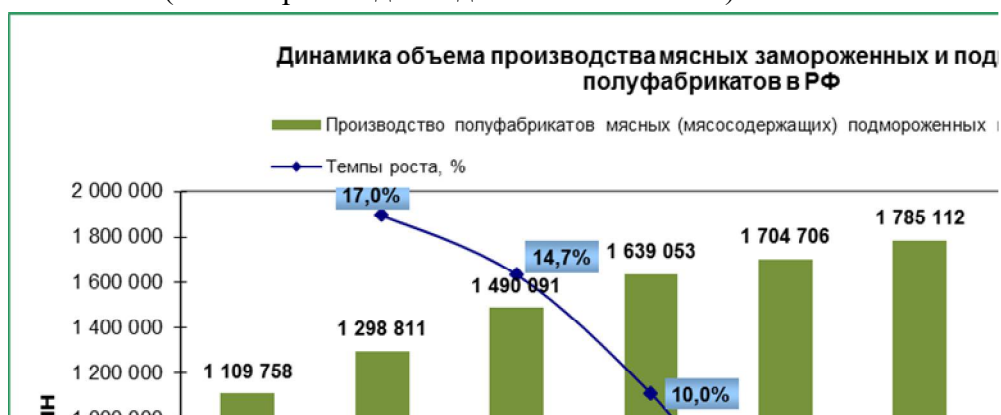


Диаграмма 4. Динамика производства мороженых полуфабрикатов в РФ, тонн, 2010-2016 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат)

1.2. ОБЪЕМ, ДИНАМИКА И СТРУКТУРА ПРОИЗВОДСТВА ПОЛУФАБРИКАТОВ ПО ФО РФ

В географической структуре производства лидирующую позицию занимает Центральный ФО, на него приходится **% от общероссийского объема. **% продукции производит Приволжский ФО. В Сибирском ФО производят **% российских полуфабрикатов. В Северо-Западном ФО – **%, в Северо-Кавказском ФО произвели *% от общего объема производства, *% пришлось на Уральский ФО, *% - Южный ФО, *% - Дальневосточный ФО.

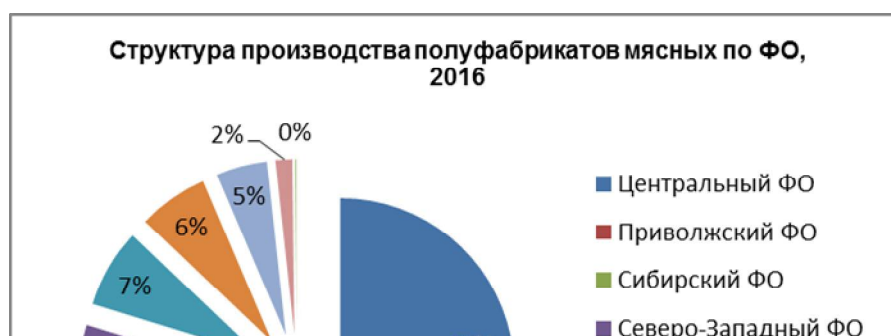


Диаграмма 5. Географическая структура производства полуфабрикатов по ФО в РФ, тонн, 2016 г. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат)

Рост производства был зафиксирован почти во всех федеральных округах, за исключением Приволжского ФО и Уральского ФО, спад в этих округах составил **% и **% соответственно. Наибольший рост наблюдался в Южном ФО – **% и Крымском ФО – **% в год.

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Изменение, 2016/2015, %
Россия	1 624 458	1 934 021	2 253 621	2 500 934	2 725 488			
Центральный ФО	696 798	838 512	954 645	1 076 584	1 231 995			
Приволжский ФО	231 002	279 951	328 007	357 245	418 914			
Сибирский ФО	207 187	217 059	248 297	290 763	303 628			
Северо-Западный ФО	202 057	233 276	268 311	273 158	254 935			
Северо-Кавказский ФО	68 935	100 562	161 213	189 682	182 967			
Уральский ФО	129 910	154 802	173 765	175 464	183 531			
Южный ФО	46 235	65 599	82 989	98 274	101 551			
Дальневосточный ФО	42 334	44 258	36 393	39 766	45 162			
Крымский ФО	-	-	-	-	2 805			

Таблица 3. Динамика производства полуфабрикатов в ФО РФ, темпы роста, тонн, 2010-2016 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат)

В географической структуре производства охлажденных полуфабрикатов лидирующую позицию занимает также Центральный ФО, на него приходится **% от общероссийского объема. **% продукции производит Приволжский ФО. В Сибирском ФО производят **% российских полуфабрикатов. В Уральском ФО – **%.

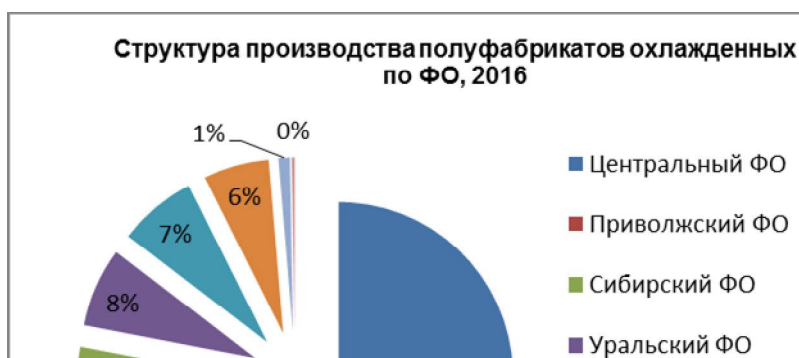


Диаграмма 6. Географическая структура производства охлажденных полуфабрикатов по ФО в РФ, тонн, 2016 г. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат)

Рост производства был зафиксирован почти во всех федеральных округах, за исключением Приволжского ФО – спад **%, Уральского ФО – спад **% и Дальневосточного ФО – **%. Лидером по темпам роста за год стали Крымский ФО – **% и Северо-Кавказский ФО – **%.

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Изменение, 2016/2015, %
Россия	514 700	635 209	763 531	861 881	1 020 782			
Центральный ФО	272 531	323 701	383 736	424 718	504 695			
Приволжский ФО	93 735	127 786	157 130	175 717	218 411			
Сибирский ФО	39 500	49 765	66 106	91 126	97 511			
Северо-Западный ФО	43 894	53 492	66 121	61 485	73 227			
Уральский ФО	41 060	47 472	51 715	58 846	70 557			

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Изменение, 2016/2015, %
Южный ФО	10 398	17 092	27 640	38 240	41 043			
Дальневосточный ФО	6 952	8 551	7 624	9 740	13 583			
Северо-Кавказский ФО	6 631	7 350	3 458	2 009	1 480			
Крымский ФО	-	-	-	0	276			

Таблица 4. Динамика производства охлажденных полуфабрикатов в ФО РФ, темпы роста, тонн, 2010-2016 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат)

В географической структуре производства мороженых полуфабрикатов лидирующую позицию занимает Центральный ФО, на него приходится **% от отечественного производства. **% продукции производит Северо-Кавказский ФО. В Приволжском ФО И Сибирском производят по **% российских полуфабрикатов. В Северо-Западном **%.

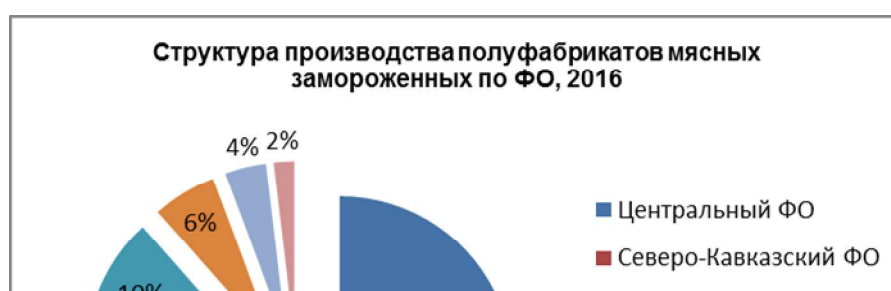


Диаграмма 7. Географическая структура производства мороженых полуфабрикатов по ФО в РФ, тонн, 2016 г. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат)

Наибольший рост производства мороженых полуфабрикатов в 2016 году был отмечен в Южном ФО – **%, с ** тыс. тонн в 2015 году до ** тыс. тонн в 2016 году.

Наиболее значимый спад производства отмечен в Уральском ФО – **% с ** тыс. тонн до ** тыс. тонн.

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Изменение, 2016/2015, %
Россия	1 109 758	1 298 811	1 490 091	1 639 053	1 704 706			
Центральный ФО	424 268	514 811	570 909	651 866	727 300			
Северо-Кавказский ФО	62 304	93 213	157 754	187 672	181 486			
Приволжский ФО	137 267	152 165	170 877	181 528	200 503			
Сибирский ФО	167 686	167 295	182 191	199 636	206 117			
Северо-Западный ФО	158 163	179 785	202 190	211 673	181 709			
Уральский ФО	88 850	107 330	122 050	116 618	112 974			
Южный ФО	35 838	48 507	55 349	60 033	60 508			
Дальневосточный ФО	35 382	35 707	28 769	30 026	31 580			
Крымский ФО	-	-	-	-	2 529			

Таблица 5. Динамика производства мороженых полуфабрикатов в ФО РФ, темпы роста, тонн, 2010-2016 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат)

1.3. ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РЫНОК ПОЛУФАБРИКАТОВ. ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА

Последние несколько десятилетий происходит планомерный рост темпа жизни человека, что ведет к **повышению популярности продуктов быстрого приготовления – полуфабрикатов**, среди которых можно выделить множество различных подгрупп.

Для российского рынка замороженных полуфабрикатов было отмечено несколько его особенностей. В отличие от европейского рынка, где преобладает сегмент замороженных овощей и ягод, потребитель на российском рынке предпочитает мясную замороженную продукцию.

Производство полуфабрикатов характеризуется положительной динамикой на протяжении всего исследуемого периода с 2010 по 2017 год. По итогам 2016 года произошло увеличение объемов производства на **% (до ** млн. тонн).

По прогнозам, объем производства полуфабрикатов по итогам 2017 года вырастет на **% и достигнет ** млн. тонн.

В структуре производства полуфабрикатов по видам наибольшую долю занимает замороженная продукция – ее доля в общем объеме российского производства – 60%. Охлажденные полуфабрикаты в целом по РФ занимают 40%.

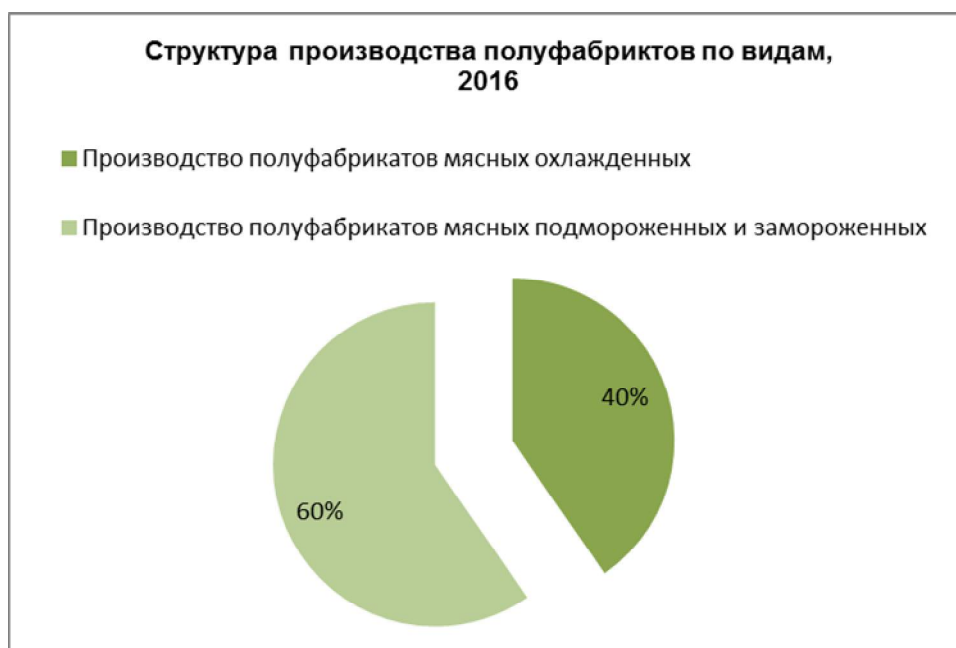


Диаграмма 8. Структура производства полуфабрикатов по сегментам, 2016 год, % (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат)

1.3.1 Основные тенденции факторы, влияющие на рынок

Для российского рынка мясных полуфабрикатов характерны следующие тенденции и влияющие факторы:

1. Тенденции развития *****



- *****
- *****
- *****
- *****
- *****
- *****

2. Рост потребительских цен

Для 2016 года характерно снижение темпов роста потребительских цен на мясные полуфабрикаты, а в некоторых сегментах наблюдается снижение цен – снижение стоимости свинины бескостной составило **% с ** рублей за кг до ** рублей за кг. Темпы роста на говядину бескостную и мясной фарш были на уровне * %. Больше всего выросли в цене мясокопчености *% и пельмени, манты, равиоли – *%. За весь исследуемый период самые высокие темпы роста практически по всем сегментам наблюдались в 2015 году.

Поскольку при совершении покупки ценовой фактор в России находится на первых позициях, в большинстве городов покупатели отдают предпочтение мясным полуфабрикатам местных предприятий, так как довольно часто их цена, даже на продукцию высокого ценового сегмента, ниже.

3. Тенденция увеличение *****



***** -4,9%.
***** -6,8%, ***** -9%.
***** «*****»

***** 57%,

Диаграмма 10. Динамика номинальных повседневных расходов жителей российских городов с населением от 100 тысяч человек

6,8%, ***** -9%.
***** «*****»

Диаграмма 11. Динамика реальных очищенных от инфляции повседневных расходов жителей российских городов с населением от 100 тысяч человек

***** 2015
***** -5,8%,

***** 4 ***** -0,8%,

***** 57% ***** 52% ***** 50%

Города и регионы

***** (-11,9%)
***** (-16,6%)
***** (-4,7%).



****, ****
**** -8,8% ****.
****, ****
****, **** -7,3% ****.
**** (-7,3%) **** (-7,6%).

**** -2,9%.
**** -5,4% ****
**** -4,9% ****.
**** -8,3% **** -10,1% **** 2016 ****. ****, ****
****_****
****.

Доходные группы

****, ****

****_
11,7% ****, **** -7,5%
**** -6,6%.
****, **** -11,7%.
****_
4,5%, **** -2,5%.

****, **** <****> ****
**** (**** <****>
****>>).

****_****
**** 35 ****, 13 500 **** 181 ****
**** 10 ****,
****_****, ****_****.

**** 5 ****_****
3%, **** 2015 **** 16% ****
****, **** 18% ****.
****, **** 19%, ****
**** <****>, * 2021 **** 25%
****.

****_**** 35% ****



***** , ***** 50%. *****
***** _ *****
***** 96% *****.
***** , *****
***** _ *****
***** .
***** , *****
***** <<*****>> *****
***** , *****
***** * *****
***** , *****
***** .
***** , *****
***** * 50%,
***** , *****

Диаграмма 12. Доля промо-покупок в отдельных категориях

Причем в аналогичном периоде прошлого года доля промо в большинстве категорий была еще выше.

По итогам первого полугодия 2016 года рост доли промо-покупок отмечается в таких категориях, как «крепкий алкоголь», «кондитерские изделия», «соки» и «семечки».

Как уже отмечалось, в среднем по России доля промо-покупок составляет 35% среди всех товаров повседневного спроса, что выше аналогичного средневропейского показателя в 28%, но пока еще ниже британского в 56%*. Однако, по прогнозам аналитиков, доля промо в России имеет все шансы достигнуть отметки в 50%.

Стоит отметить, что в будущем привычка российских потребителей к сниженным ценам может сыграть злую шутку с производителями и ретейлерами. Покупатели уже привыкли к «красным ценникам» и больше не воспринимают обычную цену на товары. Для удержания потребителей производителям со временем придется еще больше наращивать долю промо-продукции.

Еще одной стратегией сетей является переход на собственные торговые марки. Как показывают результаты опросов, проведенных компанией «Ромир», 44% россиян знают, что такое собственные торговые марки сетей. Каждый пятый респондент (22%) воспринимает СТМ просто как самые дешевые товары в магазине, что верно, так как они в среднем на 20% дешевле брендованных аналогов.



Согласно данным скан-панели домохозяйств Romir Scan Panel, товары под собственными торговыми марками хотя бы раз в год приобретали 96% российских покупателей. Наибольшей популярностью пользуются собственные торговые марки «Красная цена» и «Каждый день» — за последнее время их выбирали, соответственно, 52 и 45% опрошенных. Товары собственных торговых марок «Лента», «365 дней» и «Ашан» регулярно приобретаются каждым третьим респондентом.

Действительно, на сегодняшний день СТМ присутствуют в более чем 220 категориях продовольственных и непродовольственных товаров. Особенно большое распространение СТМ получили в категории молочных продуктов.

***** * 2% * 2010–2011 ***** , ***** * 5,1%.

***** * (24%) ***** * 28% , * 40%.

***** — * 40% ***** * 17% .

***** * 10–15 *****

6. Изменение доли продукции *****

***** * 2014 * 2015 * — *****



***** * ***** * ***** * ***** * ***** * ***** * ***** * ***** * ***** *
***** * ***** * ***** * ***** * ***** * ***** * ***** * ***** * ***** *
***** * ***** * ***** * ***** * ***** * ***** * ***** * ***** * ***** *

7. Концентрация спроса на полуфабрикаты в крупных городах

Рынок охлажденных мясных полуфабрикатов наиболее активно будет развиваться в крупных городах, в основном, в сетевых магазинах, где работают собственные цеха по их производству.

1.3.2. Наиболее популярные сегменты

Стремясь закрепить свои позиции, операторы рынка не только наращивают производственные мощности, но и разрабатывают новые продукты. Основные игроки в этом сегменте видят будущее рынка за сложными рецептурными, комбинированными изделиями и готовыми блюдами. Это ведет к изменению структуры продаж мясных полуфабрикатов (например, котлеты вытесняются не только привычными бифштексами, зразами, фрикадельками, тефтелями, но и готовыми блюдами, приготовленными по старинным рецептам, или блюдами, относящимися к национальным кухням).

Еще один активно развивающийся сегмент охлажденных полуфабрикатов - изделия в маринадах и соусах. Маринады и соусы позволяют не только расширить ассортимент, но продлить сроки годности продукта. Использование маринадов увеличивает выход продукции, позволяет усовершенствовать обычные и создать новые виды изделий с различными вкусами, которые невозможно воспроизвести в домашних условиях

На диаграмме ниже даны показатели потребления основных видов полуфабрикатов за 2014 г.

Диаграмма 13. Потребление основных видов замороженных полуфабрикатов в среднем по РФ в 2014 году (Источник: Ромир)

Потребление различных видов полуфабрикатов представлено неоднородно и зависит от формата торговли.

На диаграмме ниже показан ассортимент мясных полуфабрикатов в розничной торговле. Пельмени и котлеты реализуются практически во всех типах торговых точек. Блинчики, манты, мясной фарш, фаршированные овощи, мясные рулеты и нарезанное мясо в ассортименте (гуляш, азу, антрекоты, бефстроганов, лангеты и др.) в большей степени пользуются спросом на рынках и в супермаркетах; готовые вторые блюда можно приобрести преимущественно в супермаркетах.

Диаграмма 14. Ассортимент мясных полуфабрикатов в розничной торговле за 2014 год

(Источник: Ромир)

Согласно результатам проведенного опроса потребителей мясной продукции в Южном федеральном округе, в 2015 году наиболее популярными среди покупателей являются переработанные полуфабрикаты – их приобретают **% опрошенных. Натуральные полуфабрикаты пользуются популярностью у **% респондентов.

Диаграмма 15. Популярность полуфабрикатов по видам в ЮФО (Источник: исследование потребительских предпочтений Эвентус консалтинг 2015 г.)

Среди переработанных полуфабрикатов наиболее востребованным сегментом является мясной фарш – его выбирают **% опрошенных. Пельмени предпочитают **% покупателей, котлеты приобретают **% респондентов.

Среди натуральных полуфабрикатов наиболее популярностью в Южном федеральном округе отличаются порционные охлажденные полуфабрикаты, их предпочитают **% опрошенных.

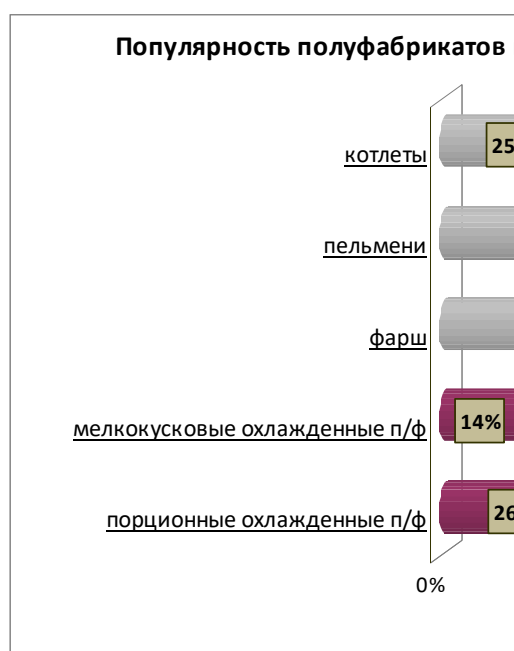


Диаграмма 16. Популярность полуфабрикатов по подвидам в ЮФО (Источник: исследование потребительских предпочтений Эвентус консалтинг 2015 г.)

1.3.2. Доля мясных продуктов, в общем объеме потребления продуктов питания

Доля мяса и мясных продуктов в общем объеме потребления жителей России составила 11% в натуральном выражении.

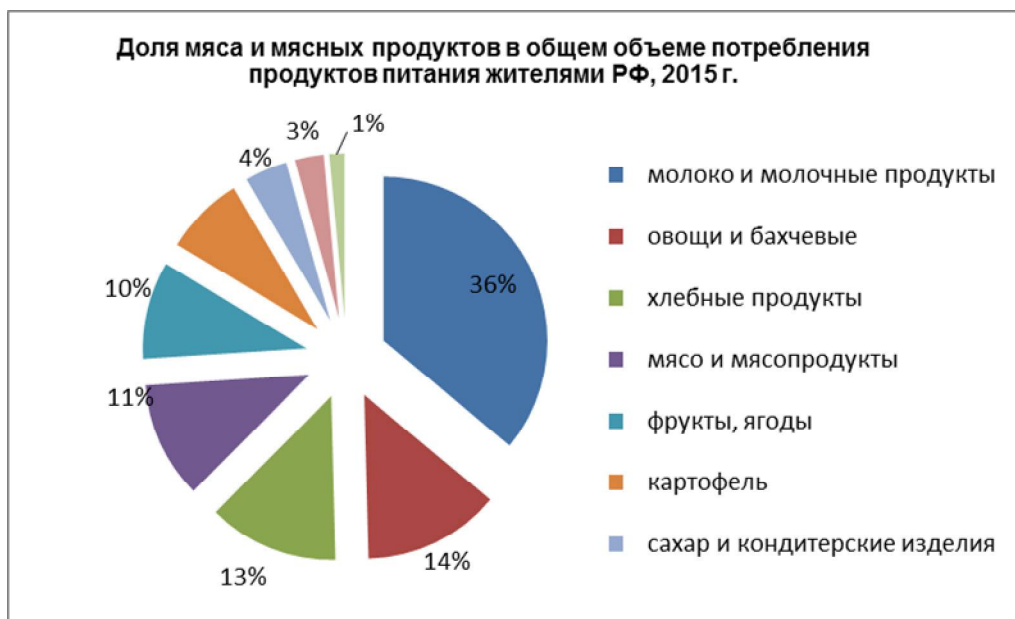


Диаграмма 17. Доля мясных продуктов в общем объеме потребления продуктов питания жителей России в 2015 году в натуральном выражении (Источник: Росстат)

В стоимостном выражении доля мяса и мясных продуктов в общем объеме потребления жителей России составила 29%.



Диаграмма 18. Доля мясных продуктов в общем объеме потребления продуктов питания жителей РФ в 2015 году в стоимостном выражении (Источник: Росстат)

1.3.3. Изменение структуры потребления и потребительского поведения на рынке мясных полуфабрикатов

Среди основных тенденций отечественного мясного рынка следует отметить переход потребителей с замороженной мясной продукции на охлажденную. В связи с этим растет число потребителей мясных полуфабрикатов.

Участники рынка считают, что тенденция активного развития потребления охлажденной мясной продукции сохранится в ближайшие годы, и наиболее ярко динамика будет прослеживаться на региональном уровне. Несмотря на то, что в

среднем розничная стоимость охлажденного мяса на 10-15% выше замороженного, популяризация концепции здорового питания будут и в дальнейшем формировать стабильный покупательский спрос на охлажденное мясо. Однако снижение уровня доходов населения, которое начало проявляться с 2014 года, может отразиться на данной тенденции в сторону сокращения доли более дорогостоящей охлажденной продукции, поскольку ценовой фактор для ряда потребительских групп является определяющим.

По прогнозам, в 2017 году сохранится тенденция увеличения доли охлажденной продукции в общем объеме производства мясных полуфабрикатов, которая составит **%, на долю замороженных полуфабрикатов будет приходиться **%. Для сравнения, в 2010 году доля охлажденных полуфабрикатов занимала всего **%, а доля замороженных составляла **%.



Диаграмма 19. Тенденция изменений структуры производства полуфабрикатов 2010-2016 гг.

(Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат)

В Южном федеральном округе, данная тенденция имеет более выраженный характер. Так, в 2010 году на долю охлажденных полуфабрикатов приходилось всего 22%, а в 2014 году – 39%, в 2016 – **%.

По прогнозам, по итогам 2017 года доля охлажденных полуфабрикатов достигнет **% в общем объеме производства мясных полуфабрикатов в Южном федеральном округе, а на долю замороженных будет приходиться **%. Такие высокие темпы роста охлажденной продукции по отношению к замороженной происходят благодаря открытию крупных агрохолдингов на территории ЮФО в последние годы.



Диаграмма 20. Тенденция изменений структуры производства полуфабрикатов в ЮФО 2013-2016 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат)

Участники рынка отмечают, что укрепляются позиции розничных сетей как производителей охлажденных мясных полуфабрикатов.

Для потребителей натуральных полуфабрикатов наиболее приемлемой и распространенной упаковкой остается полиэтиленовый пакет и подложка. Для продуктов, которые перед употреблением необходимо только разогреть, в качестве упаковки наиболее удобен термоустойчивый лоток

С появлением весовой продукции разных форматов **снизилась популярность упаковок большого веса; покупатели активнее приобретают небольшие упаковки (400 и 350 г).**

1.4. АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПОЛУФАБРИКАТОВ МЯСНЫХ 2015 Г.

В исследовании потребительских предпочтений мясной продукции города Москвы приняло участие 141 женщина и 147 мужчин, всего 288 человек.

Наибольшее количество опрошенных респондентов 40% находятся в возрасте от 26 до 35 лет, 24% опрошенных от 36 до 45 лет, 21% - группа от 18 до 25 лет. Группа от 46 до 60 лет составила 15%.

80% опрошенных работающие граждане, 6% - студенты или учащиеся, 9% безработных или домохозяйек, 5% пенсионеров.

Большинство опрошенных 40% имеют в составе семьи 3 человека, 25% опрошенных - 4 члена семьи, 18% - 2 человека.

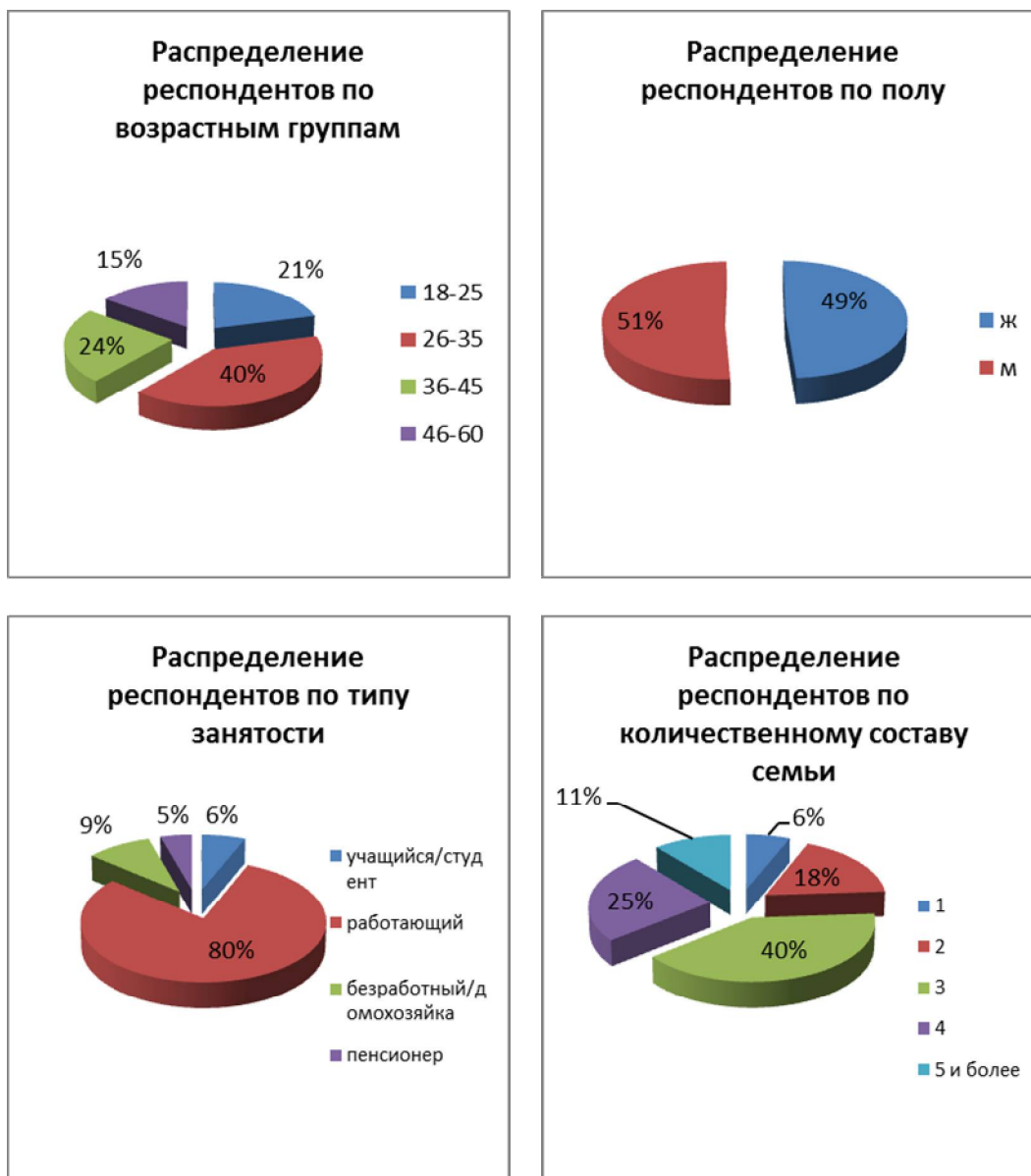


Диаграмма 21. Социально-демографический портрет респондентов Волгограда (распределение по полу, возрасту, типу занятости, составу семьи) (Источник: исследование потребительских предпочтений Эвентус консалтинг 2015 г.)

Таким образом, наиболее емкую группу составили работающие мужчины от 26 до 35 лет – 57 человек.

тип занятости	учащийся/студент		работающий		безработный/домохозяйка		пенсионер		Общий итог
	ж	м	ж	м	ж	м	ж	м	
18-25	10	7	21	15	5	2		1	60
26-35	1		48	57	5	3		2	116
36-45			24	38	4			2	68
46-60			13	14	7	1	3	5	43
Общий итог	11	7	106	124	21	6	3	10	288

Таблица 6. Распределение респондентов по возрастным группам с делением по полу и типу

занятости (Москва) (Источник: исследование потребительских предпочтений Эвентус консалтинг 2015 г.)

По уровню доходов на одного члена семьи респонденты распределились следующим образом: по 23% - от 10 до 20 тыс. руб. и от 20 до 30 тыс. руб. 18% на группу с уровнем дохода от 30 до 40 тыс. руб. на человека. 13% от 5 до 10 тыс. руб. на человека. 7% от 40 до 50 тыс. руб. на человека. 6% от 3 до 4 тыс. руб. на человека. 4% от 1 до 3 тыс. руб. на человека.

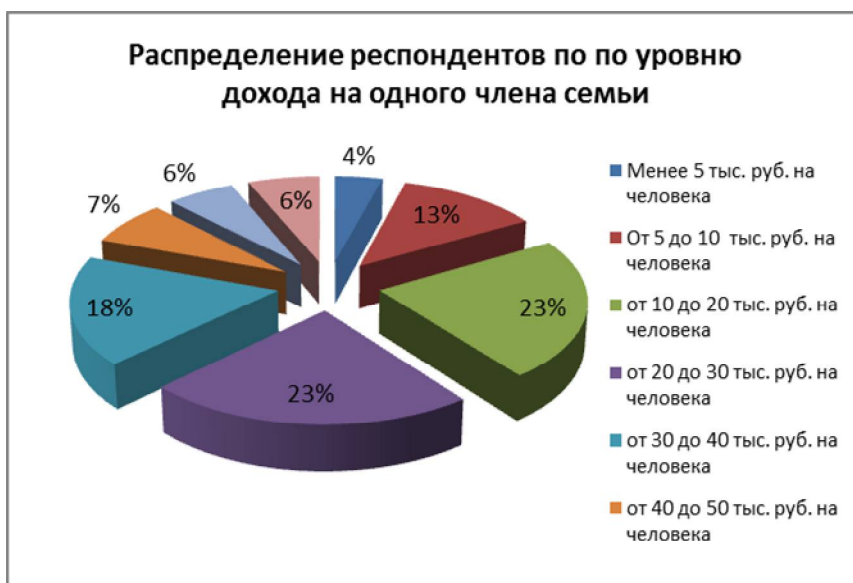


Диаграмма 22. Распределение респондентов по уровню дохода на одного члена семьи (Москва) (Источник: исследование потребительских предпочтений Эвентус консалтинг 2015 г.)

1.4.1. Факторы и основные критерии выбора продуктов мясопереработки

Среди наиболее значимых факторов выбора продукции можно выделить:

- срок годности – его отметили **% респондентов
- вкус – **% респондентов
- запах – **% респондентов
- состав – **% респондентов
- цвет - **% респондентов
- цена – **% респондентов

Наименее значимые факторы:

- премии типа "Продукт года" - **% респондентов
- советы продавцов – **% респондентов

Незначительное влияние на выбор покупателей оказывает торговая марка, упаковка и советы друзей.

Критерии выбора продукции	1	2	3	4	5
срок годности	4%				
состав	6%				
цена	5%				
сделано по ГОСТу	14%				
торговая марка	15%				
премии типа "Продукт года"	45%				
вкус	4%				
цвет	5%				
запах	3%				
упаковка	16%				
рекомендации друзей/родственников	14%				
советы продавцов	32%				

Таблица 7. Распределение по значимости факторов и основных критериев выбора (Источник: исследование потребительских предпочтений Эвентус консалтинг 2015 г.)

1.4.2. Популярность полуфабрикатов среди прочих мясных продуктов

Наиболее популярные продукты: сырое мясо, его покупают **% опрошенных всего 241 человек, на втором месте по популярности идут сосиски **% от общего количества опрошенных или 206 человек, колбасы вареные покупают **% респондентов, на четвертом месте по популярности фарш – **% опрошенных.

Наименее популярные продукты: колбасы ливерные – их покупают **% от опрошенных, мелкокусковые полуфабрикаты выбирают **% потребителей, на третьем месте готовые кулинарные изделия из мяса – **%.

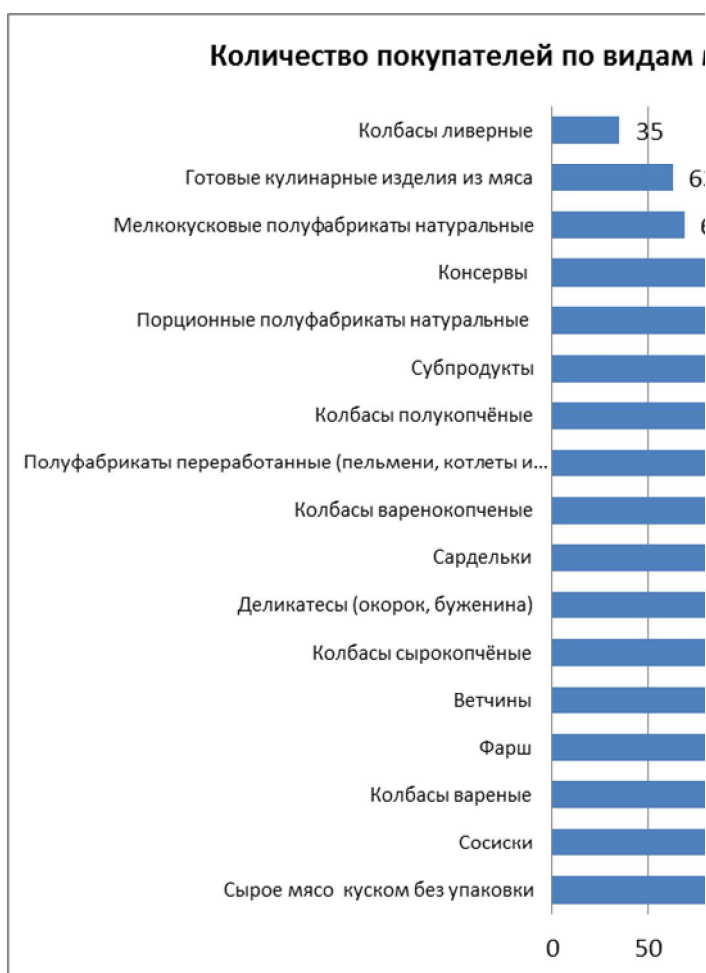


Диаграмма 23. Количество покупателей по видам мясной продукции (Источник: исследование потребительских предпочтений Эвентус консалтинг 2015 г.)

вид продукции	Количество покупателей	Доля покупателей, приобрет. продукцию от общего объема респондентов
Сырое мясо куском без упаковки		
Сосиски		
Колбасы вареные		
Фарш		
Ветчины		
Колбасы сырокопчёные		
Деликатесы (окорок, буженина)		
Сардельки		
Колбасы варено-копченые		
Полуфабрикаты переработанные (пельмени, котлеты и т.д.)		
Колбасы полукопченые		
Субпродукты		
Порционные полуфабрикаты натуральные		
Консервы		

вид продукции	Количество покупателей	Доля покупателей, приобр. продукцию от общего объема респондентов
Мелкокусковые полуфабрикаты натуральные		
Готовые кулинарные изделия из мяса		
Колбасы ливерные		
ИТОГО		

Таблица 8. Количество покупателей по видам мясной продукции (Источник: исследование потребительских предпочтений Эвентус консалтинг 2015 г.)

Среди тех, кто покупает порционные и крупнокусковые полуфабрикаты наиболее популярны: стейк – **%, шейка и т.п. – **%, котлета натуральная – **%.

порционные и крупнокусковые полуфабрикаты	Количество покупателей	Доля покупателей, приобр. продукцию от общего объема респондентов
стейк		
шейка и т.п.		
котлета натуральная отбивная		
эскалоп		
бифштекс		
шницель		
антрекот		
ИТОГО		

Таблица 9. Количество покупателей по видам порционных и крупнокусковых полуфабрикатов (Источник: исследование потребительских предпочтений Эвентус консалтинг 2015 г.)

Среди тех, кто покупает мелкокусковые полуфабрикаты наиболее популярны: ***** – **%, ***** – 57%.

мелкокусковые полуфабрикаты	Количество покупателей	Доля покупателей, приобр. продукцию от общего объема респондентов

Таблица 10. Количество покупателей по видам мелкокусковых полуфабрикатов (Источник: исследование потребительских предпочтений Эвентус консалтинг 2015 г.)

Среди тех, кто покупает переработанные полуфабрикаты наиболее популярны: пельмени - **%, котлеты – **%.



переработанные полуфабрикаты	Количество покупателей	Доля покупателей, приобрет. продукцию от общего объема респондентов
пельмени		
котлеты		

Таблица 11. Количество покупателей по видам переработанных полуфабрикатов (Источник: исследование потребительских предпочтений Эвентус консалтинг 2015 г.)

1.4.3. Частота приобретения

Порционные и крупнокусковые полуфабрикаты, мелкокусковые, фарш и переработанные полуфабрикаты в основном приобретают также 1 раз неделю – **%, **%, **% и **% соответственно.

Диаграмма 24. Частота приобретения по видам мясных полуфабрикатов (Источник: исследование потребительских предпочтений Эвентус консалтинг 2015 г.)

1.4.4. Средние затраты на покупку мясных полуфабрикатов

***** 36% ***** ** 300 ** 500 ***. ** ***.
 *****. 27% ***** ** 100 ** 200 ***. ** ***. **.
 ***** ** 300 ** 500 ***. 42%. ***** ** ***.
 ***** ** 33% ***** ** 200 ** 300 ***. ** ***.
 32% ***** ** ***.
 ** 100 ** 200 ***. ** ***** 200-300 ***.
 ** ***** , ***** 34% * 35% ***** .
 * *****_***** , ***** , 30% , 37% , 35% , 34%
 ***** 200-300 *****.
 ***** ** 300 ** 500 ***. – 28% *
 ***** 31% ***** ** 300 ** 500 ***** ***.
 ***** , ***** , ***** * 100-
 200 ***. , ***** 32% * 33% *****.
 ***** ** 300 – 500 ***** , **
 ***** 35%..

Диаграмма 25. Средние затраты на покупку мясных полуфабрикатов (Источник: исследование потребительских предпочтений Эвентус консалтинг 2015 г.)

1.4.5. Места приобретения мясных полуфабрикатов

Исследование предпочтений по месту приобретения мясных продуктов выявило следующее: в сетевых гипермаркетах предпочитают покупать все виды продукции, также популярные форматы торговли – сетевые магазины, в них также покупают практически все виды продукции, за исключением сырого мяса. В магазинах «у дома»

покупают в основном готовые кулинарные изделия и переработанные полуфабрикаты, в специализированных мясных магазинах предпочитают покупать мясо, субпродукты и деликатесы. На продовольственных рынках преимущественно покупают сырое мясо.

	сетевые гипермаркеты (Ашан, Окей, Лента и др.)	сетевые магазины (Пятёрочка, Магнит и др.)	магазины "у дома"	специализированные мясные магазины	продовольственные рынки
Порционные полуфабрикаты натуральные					
Полуфабрикаты переработанные (пельмени, котлеты и т.д.)					
Мелкокусковые полуфабрикаты натуральные					
фарш					

Таблица 12. Распределение респондентов по значимости мест приобретения мясной продукции (Источник: исследование потребительских предпочтений Эвентус консалтинг 2015 г.)

1.4.6. Предпочтения покупателей по упаковке продукции

Исследование предпочтений по упаковке мясных продуктов выявило следующее: Порционные и мелкокусковые полуфабрикаты преимущественно покупают в вакуумной упаковке и на подложке. Переработанные полуфабрикаты (пельмени, котлеты) предпочитают покупать в заводском ПЭТ-пакете – **%. Фарш предпочитают покупать на развес и на подложке под пленкой.

Диаграмма 26. Распределение покупателей по предпочтениям упаковки (Источник: исследование потребительских предпочтений Эвентус консалтинг 2015 г.)

1.4.7. Предпочтения покупателей по весу упаковки

49% ***** 1
 , 19% *** 2 **, 45% *****
 ***** 1 **, 19% ***** 2 **, ***** 1 **, *****
 ***** 61% * 49% *****.

Диаграмма 27. Распределение покупателей по сумме покупки в натуральном выражении (Источник: исследование потребительских предпочтений Эвентус консалтинг 2015 г.)

1.5. ПОПУЛЯРНЫЕ ТОРГОВЫЕ МАРКИ МЯСНЫХ ПОЛУФАБРИКАТОВ

Ведущим брендом на рынке полуфабрикатов порционных Москвы является ТМ *****. Среди покупающих данную марку назвали ** респондентов, что составляет 18% от опрошенных, при этом покупает продукты этого бренда больше – ** респондента или 20%. За второе место борются ***** , ***** и *****.

ТМ	Количество респондентов, назвавших ТМ	ЗНАНИЕ ТМ, ИНФОРМИРОВАННОСТЬ	ТМ	Количество респондентов, покупающих	ПОПУЛЯРНОСТЬ ТМ
		18%			
		12%			
		8%			
		5%	ОСТАНКИНО		6%
		5%	МИКОЯН		4%
		5%			3%
		2%			3%
		2%			3%
		2%			3%

Таблица 13. Распределение респондентов по количеству названных в первую очередь ТМ и по количеству покупаемых ТМ полуфабрикатов порционных (Источник: исследование потребительских предпочтений Эвентус консалтинг 2015 г.)

Ведущим брендом на рынке полуфабрикатов переработанных Москвы является ТМ *****. Среди покупающих данную марку назвали ** респондентов, что составляет 22% от опрошенных, при этом покупает продукты этого бренда больше – ** респондента или 21%.

ТМ	Количество респондентов, назвавших ТМ	ЗНАНИЕ ТМ, ИНФОРМИРОВАННОСТЬ	ТМ	Количество респондентов, покупающих	ПОПУЛЯРНОСТЬ ТМ
		22%			21%
		9%			8%
		5%			7%
		5%			5%
		4%			3%
		3%			3%
		3%			3%
		3%	ДЫМОВ		3%
		3%	МИКОЯН		3%
		3%			
		3%			
		3%	ЧЕРКИЗОВО		2%
		1%			

Таблица 14. Распределение респондентов по количеству названных в первую очередь ТМ и по количеству покупаемых ТМ полуфабрикатов переработанных (Источник: исследование потребительских предпочтений Эвентус консалтинг 2015 г.)

Ведущим брендом на рынке мелкокусковых полуфабрикатов является ТМ *****. Назвали данную марку 19% опрошенных, покупают 16%.

ТМ	Количество респондентов, назвавших ТМ	ЗНАНИЕ ТМ, ИНФОРМИРОВАННОСТЬ	ТМ	Количество респондентов, покупающих	ПОПУЛЯРНОСТЬ ТМ
ОСТАНКИНО		6%			

Таблица 15. Распределение респондентов по количеству названных в первую очередь ТМ и по количеству покупаемых ТМ мелкокусковых полуфабрикатов (Источник: исследование потребительских предпочтений Эвентус консалтинг 2015 г.)

Ведущим брендом на рынке фарша является также ТМ *****. Назвали данную марку 10% опрошенных, покупают 10%. На втором месте ТМ ***** – 10% и 8% соответственно. Далее следует *****.

ТМ	Количество респондентов, назвавших ТМ	ЗНАНИЕ ТМ, ИНФОРМИРОВАННОСТЬ	ТМ	Количество респондентов, покупающих	ПОПУЛЯРНОСТЬ ТМ
					14%
					10%
					8%
					7%
					6%
					5%
					4%
					4%
					3%
					2%
					2%

Таблица 16. Распределение респондентов по количеству названных в первую очередь ТМ и по количеству покупаемых ТМ фарша (Источник: исследование потребительских предпочтений Эвентус консалтинг 2015 г.)

ГЛАВА 3. ЦЕНОВОЙ АНАЛИЗ 2017 Г.

3.1. ЦЕНЫ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ НА МЯСО ГОВЯДИНЫ И СВИНИНЫ

3.1.1. Уровень и динамика цен в целом по РФ по видам

Цены на говядину и свинину в РФ зависят от стоимости сырья, затрат на энергоресурсы и прочих затрат на производство продукции. Также на цены в 2014 году оказало значительное влияние изменение курса рубля по отношению к доллару и евро, т.к. отрасль импортозависимая, а импорт из стран ЕС, США и ряда других стран был запрещен, цены на импортное мясо стали активно расти, в свою очередь подняли цены и отечественные производители. Цены на говядину по итогам года выросли на 4% и составили 171,8 тыс. руб. за тонну. По итогам 2015 года рост цен оказался самым высоким за весь исследуемый период и составил 36,9%. По итогам 2016 года цены производителей на говядину составили 250 тыс. руб. за тонну, увеличившись на 6,3% к 2015 году.

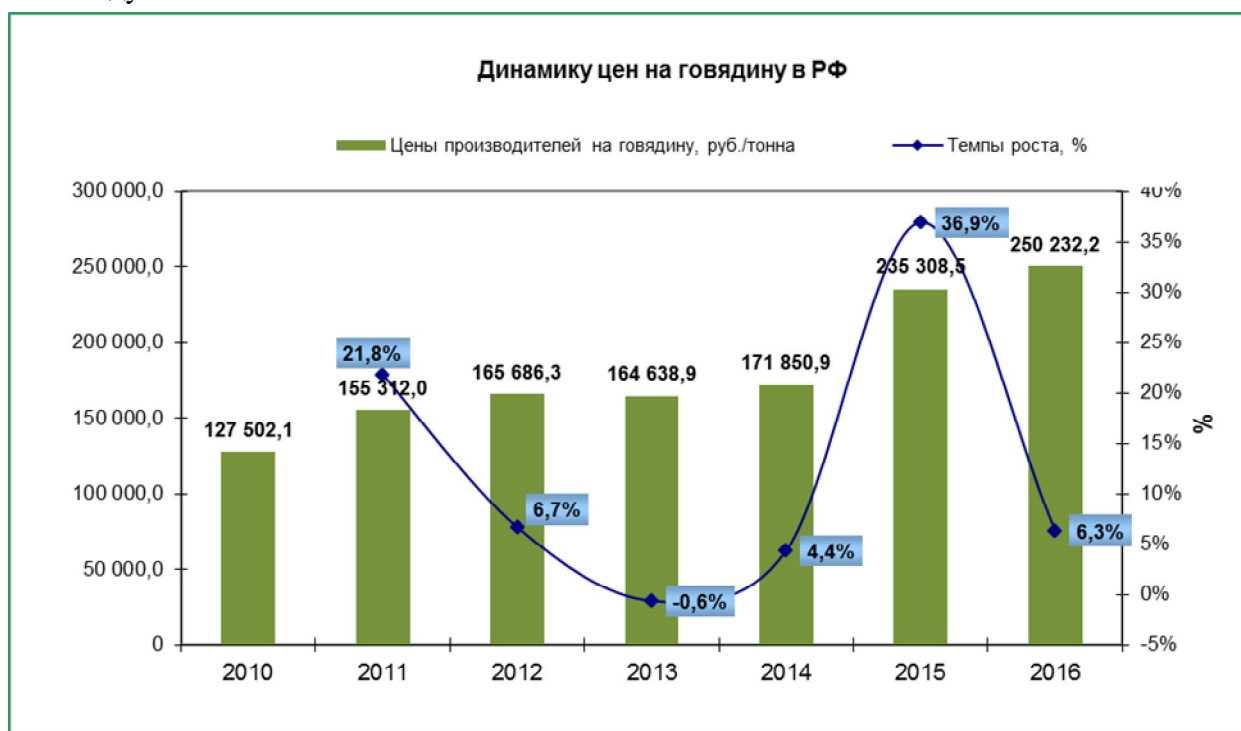


Диаграмма 28. Динамика цен производителей на говядину в РФ, тыс. руб./тонна, 2010-2016 гг.

(Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)

Цены на свинину по итогам 2014 года выросли на 26% и составили 150,4 тыс. руб. за тонну. В 2015 году темпы роста снизились до 12,4% а стоимость тонны свинины у производителя составила 169 тыс. руб. за тонну. По итогам 2016 года, аналогично 2013 году, происходит сокращение цен производителей на свинину практически до уровня 2014 года.

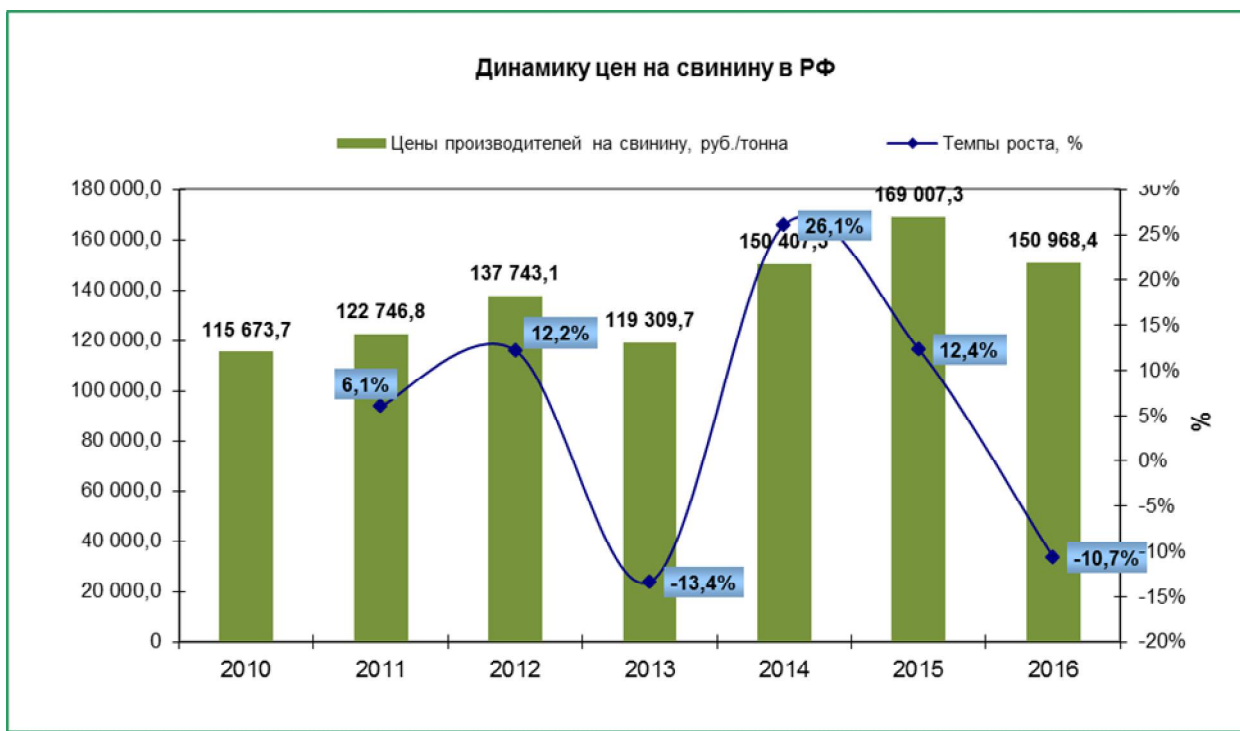


Диаграмма 29. Динамика цен производителей на свинину в РФ, тыс. руб./тонна, 2010-2016 гг.

(Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)

После введения продуктового эмбарго в августе 2014 года цены производителей на говядину резко пошли вверх, а с начала 2015 года темпы роста цен на говядину многократно усилились, так только апреле и мае 2015 года цены производителей на отечественную говядину подскочили на 19% и 10% в месяц соответственно. По итогам мая 2015 года цены на говядину достигли уровня 279 410 руб. за тонну.

На свинину цены производителей характеризуются переменной динамикой, однако общая тенденция к росту сохраняется. Так, в мае 2015 года цены производителей на свинину в РФ составляли 176 553 руб. за тонну, что является максимумом за весь исследуемый период.

В 2016 году наблюдался только один значительный скачок цен, это произошло в мае 2016 года, когда стоимость говядины поднялась выше 280 тыс. рублей за тонну.

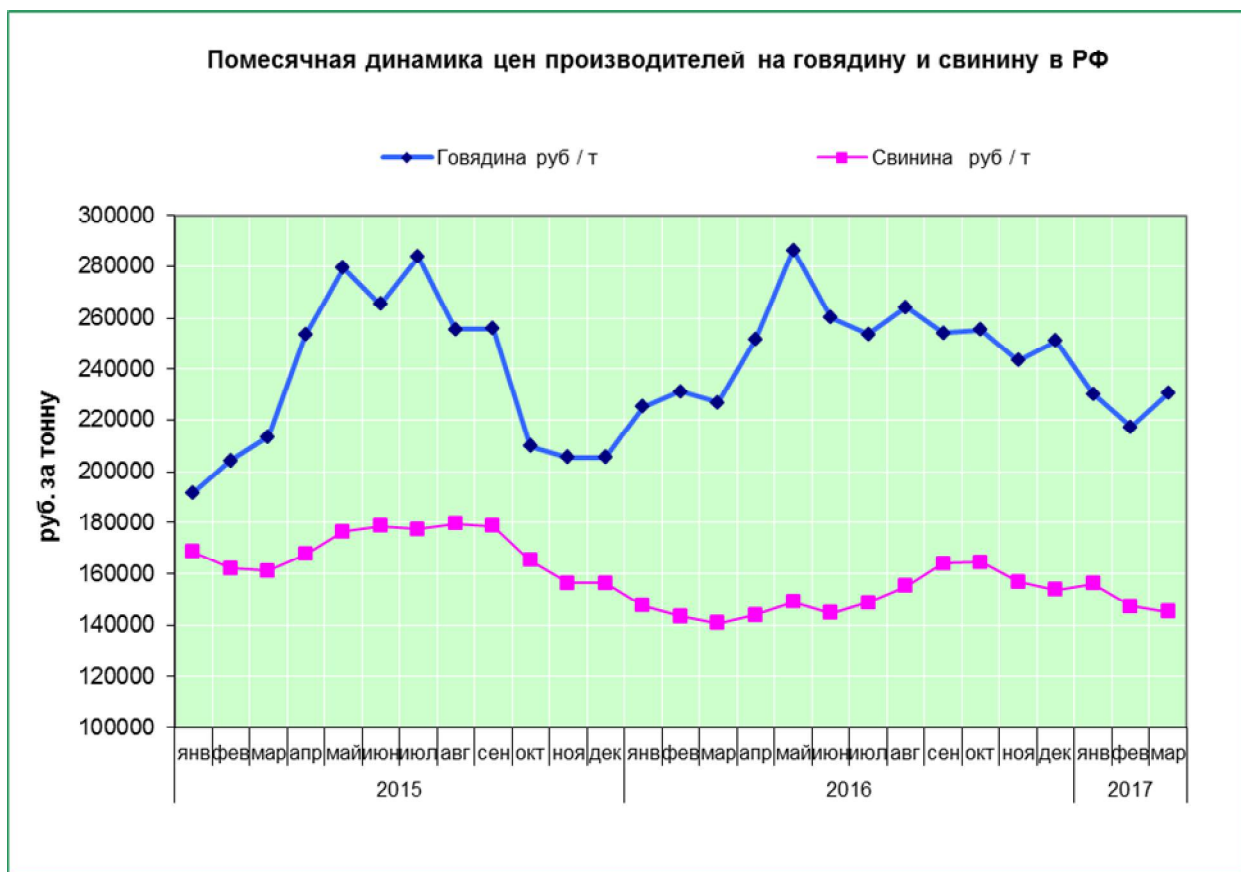


Диаграмма 30. Динамика цен (по месяцам) на свинину и говядину в РФ, руб./ тонна, 2015- 2017 гг.

(Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)

3.1.2. Уровень и динамика цен по ФО РФ по видам

Анализ цен производителей на говядину по ФО округам РФ показал, что по итогам 2016 года наибольший уровень цен был зафиксирован в Крымском ФО – ** тыс. руб. за тонну. На втором месте идет Дальневосточный ФО – **4 тыс. руб. за тонну. Далее следует Центральный ФО – ** тыс. руб. за тонну.



Диаграмма 31. Цены производителей на говядину по ФО РФ, тыс. руб./тонна, 2014 (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)

Наиболее динамичный рост цен был зафиксирован в Дальневосточном ФО – **% за год. В Приволжском ФО и Северо-Кавказском ФО уровень цен на говядину снизился за прошедший год на *% и *% соответственно.

руб/т	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Изменение, 2016/2015, %
Россия	127 502	155 312	165 686	164 639	171 851			
Крымский ФО								
Дальневосточный ФО	221 155	236 908	261 428	271 745	308 265			
Центральный ФО	128 249	154 062	173 937	210 622	175 591			
Южный ФО	116 692	155 550	164 189	160 021	174 317			
Северо-Кавказский ФО	145 173	170 258	192 244	194 947	191 311			
Приволжский ФО	132 797	164 649	176 931	171 514	180 162			
Северо-Западный ФО	132 836	139 521	158 707	151 669	173 839			
Уральский ФО	128 541	142 604	145 060	146 366	149 995			
Сибирский ФО	116 615	147 404	153 301	153 717	160 206			

Диаграмма 32. Динамика цен производителей на говядину по ФО РФ, тыс. руб./тонна, 2010-2016гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)

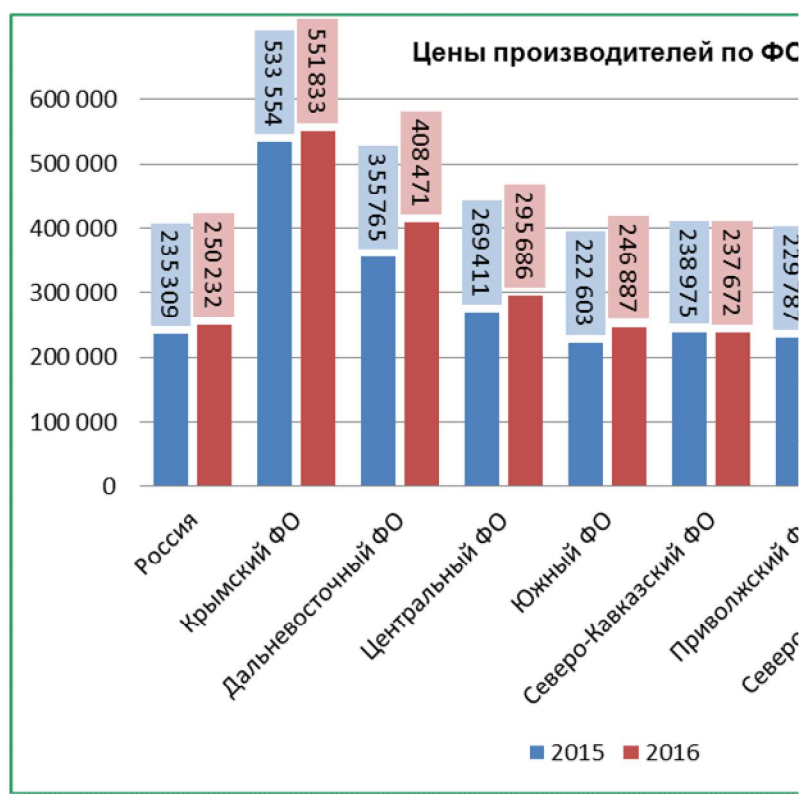


Диаграмма 33. Динамика цен производителей на говядину по ФО округам РФ, тыс. руб./тонна, 2015-2016 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)

Анализ цен производителей на свинину по ФО округам РФ показал, что по итогам 2016 года наибольший уровень цен был зафиксирован также в Крымском ФО – ** тыс. руб. за тонну. На втором месте идет Дальневосточный ФО – **тыс. руб. за тонну. Далее следует Южный ФО – ** тыс. руб. за тонну.



Диаграмма 34. Цены производителей на свинину по ФО РФ, тыс. руб./тонна, 2016 (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)

Рост цен производителей на свинину зафиксирован только в Крымском ФО – **%. В остальных округах наблюдается снижение цен производителей. Наиболее значительное сокращение наблюдалось в Северо-кавказском ФО – **%.

руб / т	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Изменение, 2016/2015, %
Россия	115 674	122 747	137 743	119 310	150 407			
Крымский ФО								
Дальневосточный ФО	191 552	154 116	158 309	162 509	178 921			
Южный ФО	124 557	137 621	158 114	131 450	170 995			
Сибирский ФО	115 879	120 405	131 023	126 597	151 084			
Приволжский ФО	114 622	128 354	138 680	119 043	146 868			
Центральный ФО	111 841	114 532	137 090	116 884	148 900			
Северо-Западный ФО	121 800	122 525	146 343	115 420	157 312			
Уральский ФО	107 155	119 510	127 704	111 151	143 280			
Северо-Кавказский ФО	123 980	131 925	141 957	114 751	157 106			

Диаграмма 35. Динамика цен производителей на свинину по ФО РФ, тыс. руб./тонна, 2010-2016 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)

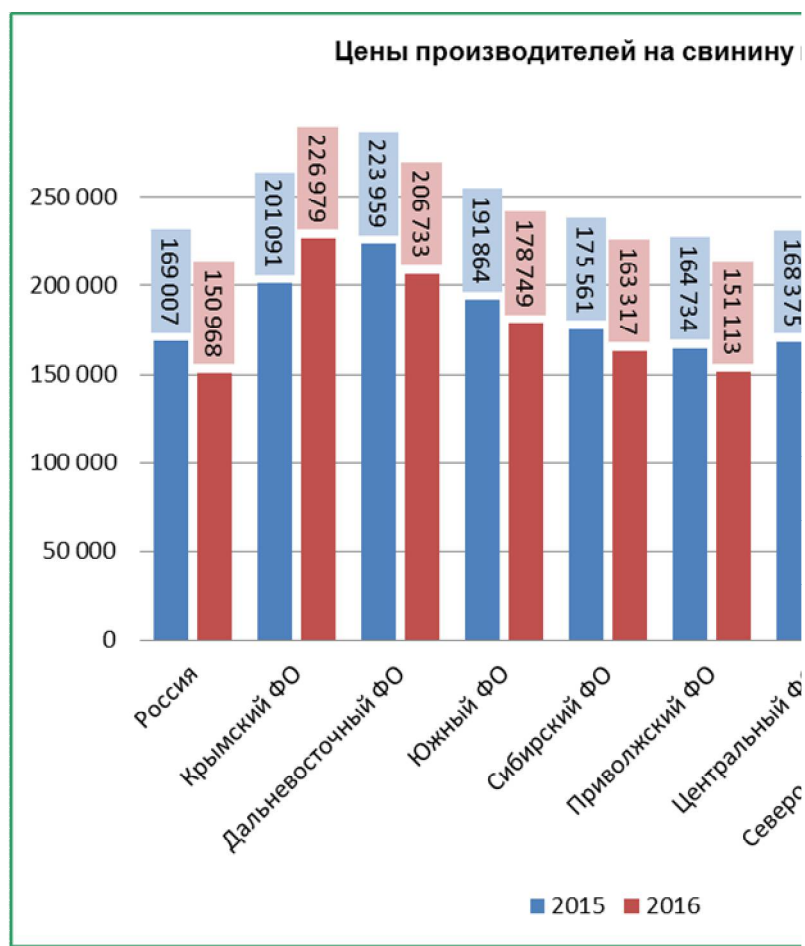


Диаграмма 36. Динамика цен производителей на свинину по ФО РФ, руб./тонна, 2015-2016 гг.

(Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)

3.2. ЦЕНЫ НА МЯСНЫЕ ПОЛУФАБРИКАТЫ

3.2.1. Уровень и динамика цен в целом по РФ по видам

Годовая динамика цен, темпы роста цен

С точки зрения потребителя среди полуфабрикатов отдельно выделяют натуральные и переработанные полуфабрикаты.

Натуральные полуфабрикаты вырабатываются либо порционными, т. е. содержащими 1—2 куска на порцию, либо мелкокусковыми.

Из говяжьего мяса натуральные полуфабрикаты вырабатывают в следующем ассортименте: бифштекс, антрекот, бефстроганов, гуляш, говяжье рагу, азу, и т.д.

Натуральные полуфабрикаты из свинины выпускают в следующем ассортименте: свиная котлета, свиной шницель, эскалоп, свиное рагу, свиной шашлык и т.д.

По виду мяса натуральные полуфабрикаты делятся на говяжьи, свиные и т.д.

Переработанные полуфабрикаты включают котлетные изделия, куда попадают разного вида котлеты, фрикадельки, биточки, пельмени, манты, мяскопчености и прочие продукты переработки мяса и фарш.

По состоянию на 2016 год наиболее высокий уровень цен из рассматриваемых натуральных и переработанных полуфабрикатов установился на мясокопчености. К мясокопченостям относят окорока, рулеты и группу копченостей - грудинку, бекон, корейку, филей, балык, шейку, буженину, карбонат и ветчину в форме. В целом по РФ цена составляла *** руб. за кг.

Крупно- и мелкокусковые полуфабрикаты из говядины по итогам года стоили 451,8 руб. за кг. Стоимость свиных крупно- и мелкокусковых полуфабрикатов находилась на уровне *** руб. за кг.

Стоимость мясного фарша в 2016 году в среднем составляла **6 руб. за кг.

Потребительская цена на пельмени, манты и ravioli находилась на уровне ** руб. за кг.

Потребительские цены в РФ	Ед. изм.	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Мясокопчености	руб / кг	339,9	372,7	408,4	423,1	467,8		
Темпы роста, %	%	3%	10%	10%	4%	11%		
Говядина бескостная, включая п/фабрикаты крупно- и мелкокусковые	руб / кг	262,7	311,8	351,5	358,0	377,3		
Темпы роста, %	%	3%	19%	13%	2%	5%		
Свинина бескостная, включая п/фабрикаты крупно- и мелкокусковые	руб / кг	261,6	280,3	294,3	291,3	330,4		
Темпы роста, %	%	1%	7%	5%	-1%	13%		
Фарш мясной	руб / кг	190,8	212,9	234,28	239,9	261,6		
Темпы роста, %	%	3%	12%	10%	2%	9%		
Пельмени, манты, ravioli	руб / кг	130,7	144,5	158,0	170,2	186,3		
Темпы роста, %	%	4%	11%	9%	8%	9%		

Таблица 17. Динамика и темпы роста цен на полуфабрикаты в целом по РФ, 2010-2016 гг., руб. за кг (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)

За прошедший год уровень цен на мясокопчености вырос на 3%.



Диаграмма 37. Динамика потребительских цен на мясокопчености в РФ, руб./кг, 2010-2016 гг.

(Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)

За 2016 год уровень цен на мелко- и крупнокусковые полуфабрикаты из говядины вырос на **%. За исследуемый период наиболее высокий рост цен был отмечен в 2011 году, когда он достиг **% и в 2015 году – **%.



Диаграмма 38. Динамика потребительских цен на п/фабрикаты крупно- и мелкокусковые говяжьей в РФ, руб./кг, 2010-2016 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)

В сегменте свиных крупно- и мелкокусковых п/фабрикатов за 2014 год цены

поднялись на **%. В 2015 году цены выросли еще на **%, но уже в 2016 году наблюдалось сокращение потребительских цен на **%.



Диаграмма 39. Динамика потребительских цен на свиные крупно- и мелкокусковые п/фабрикаты в РФ, руб./кг, 2010-2016 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)

Поквартальная динамика цен

Поквартальная динамика потребительских цен на полуфабрикаты также характеризуется положительной динамикой на протяжении всего периода исследования.

В отдельные периоды наблюдалось незначительное снижение цен, однако уже на следующий квартал это падение компенсировалось последующим ростом.

	Ед. изм.	2015				2016				2017
		1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	1 кв
Мясокопчености	руб / кг	531,0	549,4	554,7	559,7					
Темпы роста, %	%		3,5%	1,0%	0,9%					
Говядина бескостная, включая п/фабрикаты крупно- и мелкокусковые	руб / кг	431,1	447,3	451,8	455,3					
Темпы роста, %	%		3,8%	1,0%	0,8%					
Свинина бескостная, включая п/фабрикаты крупно- и мелкокусковые	руб / кг	361,8	364,0	367,0	361,9					
Темпы роста, %	%		0,6%	0,8%	-1,4%					
Фарш мясной	руб / кг	301,6	310,8	314,0	317,1					
Темпы роста, %	%		3,0%	1,0%	1,0%					
Пельмени, манты, ravioli	руб / кг	214,0	224,1	227,8	231,3					
Темпы роста, %	%		4,7%	1,7%	1,5%					

Таблица 18. Поквартальная динамика и темпы роста цен на полуфабрикаты в целом по РФ, 2016-1 кв. 2017 гг., руб. за кг (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)

По состоянию на 1 кв. 2017 года уровень потребительских цен на мяскокопчености увеличился на **% по отношению к предыдущему кварталу.

Поквартальная динамика потребительских цен на мяскокопчености представлена на диаграмме:

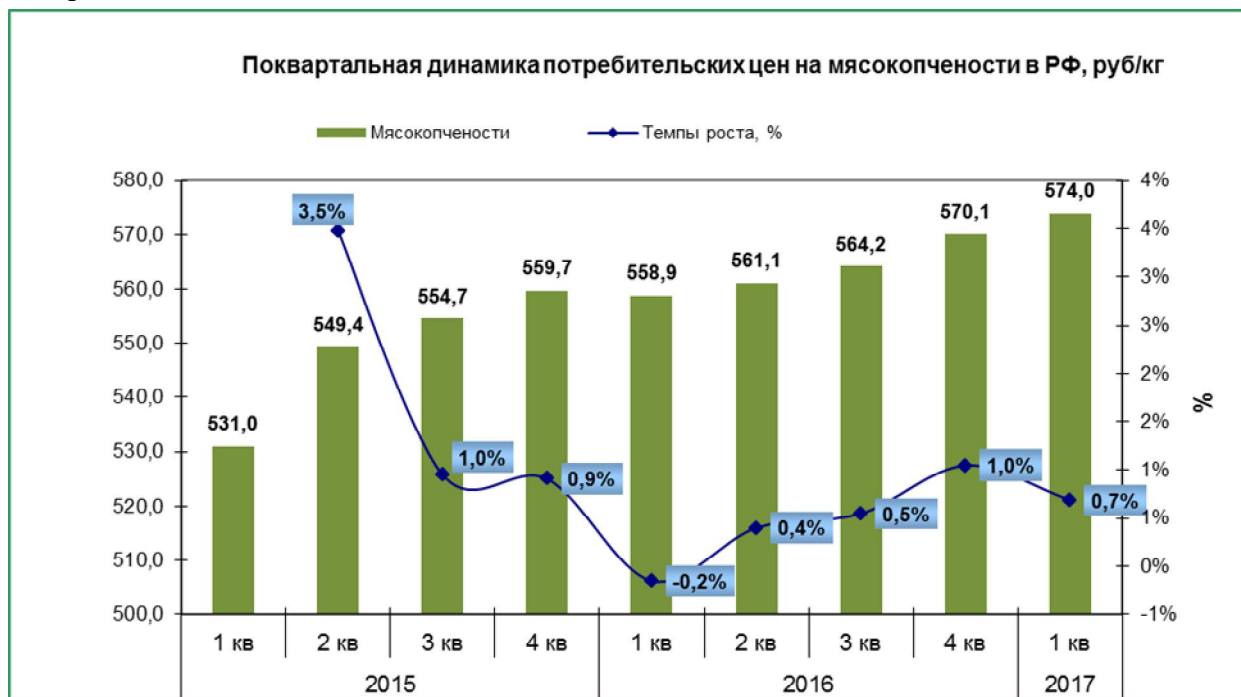


Диаграмма 40. Поквартальная динамика потребительских цен на мяскокопчености в РФ, руб. за кг, 2015-1 кв. 2017 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)

По состоянию на 1 кв. 2017 года уровень потребительских цен на говяжьи крупно- и мелкокусковые полуфабрикаты увеличился на 0,1% по отношению к предыдущему кварталу.

Поквартальная динамика потребительских цен на говяжьи крупно- и мелкокусковые полуфабрикаты представлена на диаграмме:

Диаграмма 41. Поквартальная динамика потребительских цен на крупно- и мелкокусковые полуфабрикаты говяжьи в РФ, руб. за кг, 2015- 1 кв. 2017 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)

По состоянию на 1 кв. 2017 года уровень потребительских цен на свиные крупно- и мелкокусковые полуфабрикаты снизился на 0,8% по отношению к предыдущему кварталу. Поквартальная динамика потребительских цен на свиные крупно- и мелкокусковые полуфабрикаты представлена на диаграмме:

Диаграмма 42. Поквартальная динамика потребительских цен на крупно- и мелкокусковые полуфабрикаты свиные в РФ, руб. за кг, 2015- 1 кв. 2017 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)

По состоянию на 1 кв. 2017 года уровень потребительских цен на мясной фарш увеличился на 1,5% по отношению к предыдущему кварталу. Поквартальная динамика потребительских цен на мясной фарш представлена на диаграмме:

Диаграмма 43. Поквартальная динамика потребительских цен на мясной фарш в РФ, руб. за кг, 2015- 1 кв. 2017 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)

По состоянию на 1 кв. 2017 года уровень потребительских цен на пельмени, манты, ravioli увеличился на 0,8% по отношению к предыдущему кварталу. Поквартальная динамика потребительских цен на пельмени, манты, ravioli представлена на диаграмме:

Диаграмма 44. Поквартальная динамика потребительских цен на пельмени, манты, ravioli в РФ, руб. за кг, 2015- 1 кв. 2017 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)

3.2.2. Уровень и динамика цен ПО ФО по видам

Говяжьи крупно- и мелкокусковые полуфабрикаты

Годовая динамика цен, темпы роста цен

Анализ потребительских цен на говяжьи крупно- и мелкокусковые полуфабрикаты по ФО округам РФ показал, что по итогам 2016 года наибольший уровень цен был зафиксирован в Центральном ФО – ***руб. за кг. На втором месте идет ДФО – *** руб. за кг. Далее следует СЗФО – *** руб. за кг. В Уральском ФО средняя потребительская цена составляет *** руб. за кг. Самая дешевая продукция в Северо-Кавказском ФО – всего *** руб. за кг.



Диаграмма 45. Потребительские цены на говяжьи крупно- и мелкокусковые полуфабрикаты по ФО РФ, руб. за кг, 2016 (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)

Наиболее динамичный рост цен был зафиксирован в Крымском ФО – 8% за год.

Самый низкий рост цен за прошедший год был характерен для Центрального ФО – менее 1%.

руб / кг	2012	2013	2014	2015	2016	Изменение, 2014/2013, %
Центральный ФО	388,6	397,9	423,4	498,7		
Дальневосточный ФО	351,3	361,5	385,0	469,9		
Северо-Западный ФО	342,7	348,4	371,7	463,2		
Россия	351,5	358,0	377,3	446,4		
Уральский ФО	325,4	339,2	357,1	432,0		
Крымский ФО				397,8		
Приволжский ФО	337,9	340,2	351,5	421,2		
Южный ФО	325,0	328,6	339,3	402,1		
Сибирский ФО	308,9	317,6	338,3	402,6		
Северо-Кавказский ФО	293,7	294,5	293,0	329,4		

Диаграмма 46. Динамика потребительских цен на говяжьи крупно- и мелкокусковые полуфабрикаты по ФО РФ, руб. за кг, 2012-2016 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)

Поквартальная динамика цен

Поквартальная динамика цен производителей на говяжьи крупно- и мелкокусковые полуфабрикаты также характеризуется постоянным ростом. Стоит отметить что в 1 квартале 2017 года цены на полуфабрикаты выросли всего на 1-2% по отношению к аналогичному периоду 2016 года..

	2015				2016				2017
	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	1 кв
Центральный ФО	485	501	504	505	496	501			
Дальневосточный ФО	456	469	472	483	491	492			
Северо-Западный ФО	448	466	465	473	475	475			
Россия	431	447	452	455	450	452			
Уральский ФО	413	433	441	441	444	448			
Приволжский ФО	404	425	428	428	426	428			
Южный ФО	384	400	408	417	417	416			
Сибирский ФО	391	405	407	408	411	407			
Северо-Кавказский ФО	315	322	336	345	340	342			
Крымский ФО	378	385	405	424	434	430			

Таблица 19. Поквартальная динамика и темпы роста потребительских цен на говяжьи крупно- и мелкокусковые полуфабрикаты по ФО РФ, руб. за кг (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)

Свиные крупно- и мелкокусковые полуфабрикаты

Годовая динамика цен, темпы роста цен

Анализ потребительских цен на свиные крупно- и мелкокусковые полуфабрикаты по ФО округам РФ показал, что по итогам 2016 года наибольший уровень цен был зафиксирован в ДФО –*** руб. за кг. На втором месте идет Центральный ФО – *** руб. за кг. Далее следует УФО – *** руб. за кг. В Сибирском ФО средняя потребительская цена составляет *** руб. за кг. Самая дешевая продукция в Северо-Кавказском ФО – всего 301,5 руб. за кг.



Диаграмма 47. Потребительские цены на свиные крупно- и мелкокусковые полуфабрикаты по ФО РФ, руб. за кг, 2016 (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)

Во всех федеральных округах наблюдается снижение цен к 2015 году. Наиболее значительное снижение потребительских цен наблюдалось в Крымском ФО – 10%.

руб / кг	2012	2013	2014	2015	2016	Изменение, 2016/2015, %
Дальневосточный ФО	338,3	341,3	396,8	452,0		
Центральный ФО	310,4	310,4	341,9	371,4		
Уральский ФО	298,4	297,0	324,0	365,9		
Сибирский ФО	278,5	287,3	332,3	365,1		
Россия	294,3	291,3	330,4	363,7		
Крымский ФО				348,3		
Северо-Западный ФО	269,5	266,8	312,5	349,8		
Приволжский ФО	278,8	270,2	308,5	340,8		
Южный ФО	274,8	263,3	305,2	334,0		
Северо-Кавказский ФО	291,1	280,2	296,8	334,8		

Диаграмма 48. Динамика потребительских цен на свиные крупно- и мелкокусковые полуфабрикаты по ФО РФ, руб. за кг, 2012-2016 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)

Поквартальная динамика цен

За 1 кв. 2017 года по отношению к аналогичному периоду предыдущего года был зафиксирован спад цен в Дальневосточном и Крымском ФО.

	2015				2016				2017
	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	1 кв
Дальневосточный ФО	461	450	453	445	429	422	417		
Центральный ФО	369	372	374	370	359	356	359		
Уральский ФО	364	366	369	364	354	352	351		
Сибирский ФО	366	365	369	360	350	344	347		
Россия	362	364	367	362	350	345	346		
Северо-Западный ФО	348	350	352	349	337	332	332		
Приволжский ФО	338	342	345	339	325	321	321		
Южный ФО	331	336	338	331	322	320	324		
Северо-Кавказский ФО	329	337	339	335	311	304	293		
Крымский ФО	334	335	360	364	354	332	326		

Таблица 20. Поквартальная динамика и темпы роста потребительских цен на свиные крупно- и мелкокусковые полуфабрикаты по ФО РФ, руб. за кг (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)

Мясной фарш

Годовая динамика цен, темпы роста цен

Анализ потребительских цен на мясной фарш по ФО округам РФ показал, что по итогам 2016 года наибольший уровень цен был зафиксирован в ДФО – *** руб. за кг. На втором месте идет УФО – *** руб. за кг. Далее следует СЗФО – *** руб. за кг. В СФО средняя потребительская цена составляет *** руб. за кг. Самая дешевая продукция в Крымском ФО – всего *** руб. за кг.



Диаграмма 49. Потребительские цены на мясной фарш по ФО РФ, руб. за кг, 2016 (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)

Наиболее динамичный рост цен был зафиксирован в Крымском ФО – 7% за год.

Самый низкий рост цен за прошедший год был характерен для Приволжского ФО – менее 1% в год.

руб / кг	2012	2013	2014	2015	2016	Изменение, 2016/2015, %
Дальневосточный ФО	296,8	310,0	344,3	423,3		
Уральский ФО	249,9	248,0	267,5	329,4		
Северо-Западный ФО	234,9	240,7	269,3	329,1		
Россия	234,3	239,9	261,6	310,9		
Сибирский ФО	230,2	239,3	260,6	309,3		
Центральный ФО	229,0	236,3	259,7	302,0		
Приволжский ФО	231,4	234,1	253,0	301,8		
Южный ФО	219,3	224,1	247,8	293,8		
Северо-Кавказский ФО	237,8	242,4	244,0	281,2		
Крымский ФО				272,0		

Диаграмма 50. Динамика потребительских цен на мясной фарш по ФО РФ, руб. за кг, 2012-2016 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)

Поквартальная динамика цен

По итогам 1 квартала 2017 года на 6% выросли цены в Уральском ФО, на 4 % в СЗФО, на 5% в Центральном ФО, в остальных федеральных округах менее выраженный рост цен.

	2015				2016				2017
	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	1 кв
Дальневосточный ФО	412	422	426	434	427	429			
Уральский ФО	318	329	334	336	331	334			
Северо-Западный ФО	322	330	331	333	331	331			
Россия	302	311	314	317	314	313			
Центральный ФО	294	302	304	307	305	306			
Сибирский ФО	298	308	314	317	313	311			
Приволжский ФО	291	303	305	307	304	300			
Южный ФО	285	292	298	301	301	296			
Северо-Кавказский ФО	269	278	286	291	292	290			
Крымский ФО	259	259	276	295	292	289			

Таблица 21. Поквартальная динамика и темпы роста потребительских цен на мясной фарш по ФО РФ, руб. за кг (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)

Мясокопчености

Годовая динамика цен, темпы роста цен

Анализ потребительских цен на мясокопчености по ФО округам РФ показал, что по итогам 2016 года наибольший уровень цен был зафиксирован в Центральном ФО – **5 руб. за кг. На втором месте идет ДФО – *** руб. за кг. Далее следует УФО – *** руб. за кг. В Крымском ФО средняя потребительская цена составляет ***руб. за кг. Самая дешевая продукция в Приволжском ФО – всего *** руб. за кг.



Диаграмма 51. Потребительские цены на мяскопчености по ФО РФ, руб. за кг, 2016 (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)

Наиболее динамичный рост цен был зафиксирован в Уральском ФО – 5% за год.

Самый низкий рост цен за прошедший год был характерен для Крымского ФО – менее 1% в год.

руб / кг	2012	2013	2014	2015	2016	Изменение, 2016/2015, %
Центральный ФО	446,2	468,3	522,0	605,8		
Дальневосточный ФО	422,2	443,7	491,3	566,2		
Уральский ФО	407,5	417,1	459,2	552,4		
Россия	408,4	423,1	467,8	548,7		
Крымский ФО				544,9		
Северо-Западный ФО	377,0	381,1	434,4	530,4		
Южный ФО	382,8	398,5	442,5	524,3		
Северо-Кавказский ФО	392,8	376,7	427,9	505,2		
Сибирский ФО	387,5	396,8	423,8	487,6		
Приволжский ФО	360,2	373,8	398,0	465,6		

Диаграмма 52. Динамика потребительских цен на мяскокопчености по ФО РФ, руб. за кг, 2012-2016 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)

Поквартальная динамика цен

Наиболее высокие темпы роста на мяскокопчености за 1 кв. 2015 года по отношению к аналогичному периоду предыдущего года были характерны для Уральского ФО – 8,5%. На втором месте СЗФО, темпы роста цен в котором в 1 кв. 2017 года достиг 5% по отношению к аналогичному периоду прошлого года.

	2015				2016				2017
	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	1 кв
Центральный ФО	584	607	613	619	618	621			
Уральский ФО	526	555	563	566	568	567			
Дальневосточный ФО	556	566	568	575	577	577			
Россия	531	549	555	560	559	561			
Северо-Западный ФО	516	533	535	537	536	538			
Южный ФО	513	525	527	532	533	534			
Северо-Кавказский ФО	482	499	521	518	520	524			
Сибирский ФО	474	487	493	497	497	501			
Приволжский ФО	455	464	468	476	474	475			
Крымский ФО	520	540	553	567	524	535			

Таблица 22. Поквартальная динамика и темпы роста потребительских цен на мяскокопчености по ФО РФ, руб. за кг (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)

Пельмени, манты, ravioli

Годовая динамика цен, темпы роста цен

Анализ потребительских цен на пельмени, манты, ravioli по ФО округам РФ показал, что по итогам 2016 года наибольший уровень цен был зафиксирован в СЗФО – *** руб. за кг. На втором месте идет ДФО – *** руб. за кг. Далее следует УФО – ** руб. за кг. В Центральном ФО средняя потребительская цена составляет *** руб. за кг. Самая дешевая продукция в Северо-Кавказском ФО – всего *** руб. за кг.

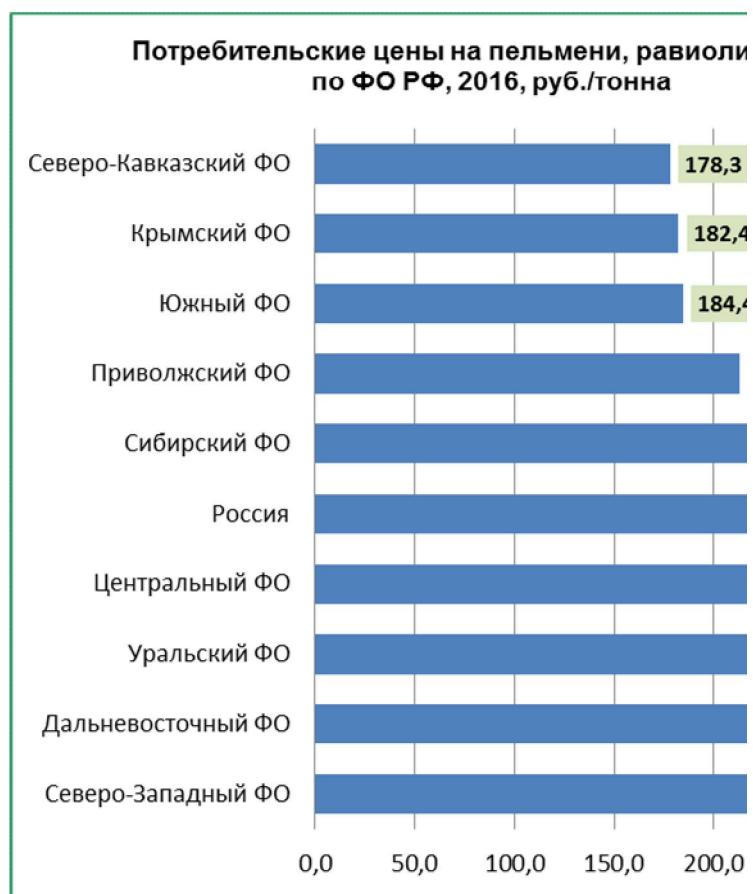


Диаграмма 53. Потребительские цены на пельмени, манты, raviоли по ФО РФ, руб. за кг, 2016 (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)

Наиболее динамичный рост цен был зафиксирован в Крымском ФО – 10% за год.

Самый низкий рост цен за прошедший год был характерен для Северо-Кавказского, Приволжского и Южного ФО –3% в год.

руб / кг	2012	2013	2014	2015	2016	Изменение, 2016/2015, %
Северо-Западный ФО	170,6	189,8	213,6	263,8		
Дальневосточный ФО	177,9	194,0	217,2	258,3		
Уральский ФО	173,0	188,0	207,1	247,8		
Центральный ФО	154,4	167,8	186,5	230,7		
Россия	158,0	170,2	186,3	224,3		
Сибирский ФО	162,1	170,4	184,4	217,8		
Приволжский ФО	154,3	163,2	174,7	207,5		
Южный ФО	133,5	140,9	150,9	178,8		
Крымский ФО				166,3		
Северо-Кавказский ФО	129,2	135,7	145,7	173,7		

Диаграмма 54. Динамика потребительских цен на пельмени, манты, raviоли по ФО РФ, руб. за кг, 2012-2016 гг. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)

Поквартальная динамика цен

Наиболее высокие темпы роста на пельмени, манты, ravioli за 1 кв. 2017 года по отношению к аналогичному периоду предыдущего года были характерны для Северо-Западного ФО –6,6%. На втором месте ЮФО, темпы роста цен в которых в 1 кв. 2017 года достигли 5,5% по отношению к аналогичному периоду прошлого года.

	2015				2016				2017
	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	1 кв
Северо-Западный ФО	250	262	270	273	271	277			
Дальневосточный ФО	250	258	261	264	270	275			
Уральский ФО	233	247	254	257	259	262			
Центральный ФО	219	230	234	239	238	240			
Россия	214	224	228	231	230	232			
Сибирский ФО	210	218	220	223	225	228			
Приволжский ФО	199	208	210	213	210	212			
Южный ФО	172	180	180	183	182	183			
Северо-Кавказский ФО	166	174	176	179	179	178			
Крымский ФО	144	167	174	180	181	181			

Таблица 23. Поквартальная динамика и темпы роста потребительских цен на пельмени, манты, ravioli по ФО РФ, руб. за кг (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, Росстат.)

ГЛАВА 4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ 2015 Г.

4.1. КОНКУРЕНТНАЯ СРЕДА

Рынок мясопродуктов можно отнести к умеренно-концентрированному типу, но уровень концентрации рынка и степень неравнозначности присутствия на рынке хозяйствующих субъектов постоянно повышается. При этом показатель интенсивности конкуренции повышается за счет снижения возможностей роста предприятий без столкновения с интересами конкурентов.

Оценивая входные барьеры рынка мясопродуктов, можно отметить, что он доступен для потенциальных конкурентов, а наиболее труднопреодолимыми барьерами являются:

- вертикальная интеграция,
- эффект масштаба,
- высокий размер первоначальных инвестиций,
- дифференциация продукции,
- слабое развитие рыночной инфраструктуры.

На исследуемом рынке к конечному потребителю сразу поступает лишь незначительная доля произведенной продукции. Основная её часть проходит несколько уровней каналов распределения, поступая к оптовым и розничным посредникам, поэтому доля сельскохозяйственного товаропроизводителя в конечной рыночной цене товара невысока.

При рассмотрении факторов формирования конкурентоспособности мяса и мясных продуктов, необходимо учитывать специфические особенности мясоперерабатывающей промышленности по сравнению с другими отраслями экономики. Эти особенности, согласно проведенному исследованию, находят свое отражение в следующем:



- Большая часть мяса и продуктов его переработки является товарами первой необходимости, выступая социально значимым видом продовольствия, поэтому государство обязано обеспечить для всего населения как физическую, так и экономическую его доступность.
- Спрос на продукцию животноводства в условиях роста розничных цен на продовольствие характеризуется меньшей эластичностью на мясо и большей эластичностью на продукты его переработки, что определяет относительно устойчивый спрос на первую группу продукции.
- Рынку продукции животноводства, хотя и в меньшей степени, чем другим продуктовым рынкам, присуща сезонность производства, в связи с чем, даже при относительно стабильном спросе, возникает необходимость создания запасов свежзамороженного мяса и других продуктов его переработки.
- Огромное влияние на конкурентоспособность мяса и мясных продуктов оказывают природно-климатические и биологические факторы, месторасположение предприятия, что обуславливает необходимость сочетания специализации и диверсификации производства.
- Мясо является скоропортящимся продуктом, не подлежащим длительному хранению в не переработанном виде и требующим специального оборудования и соответствующих каналов реализации, а также особых требований к технологии производства и упаковке продукции; что обуславливает стремление товаропроизводителя в максимально сжатые сроки реализовать продукцию, а также требует создания разветвленной, многоканальной системы продвижения товара, резервных хранилищ и холодильных мощностей, значительного удельного веса первичной переработки, что увеличивает затраты, как в производстве продукции, так и во всей маркетинговой цепочке.
- Товаропроизводитель мясной продукции выступает в качестве продавца на товарных рынках и покупателя на сырьевых рынках; возможности производства и предложения мясной продукции определяются соотношением цен на сельскохозяйственную продукцию и приобретаемые ресурсы.
- Характер сырья во многом определяет потенциальные возможности его переработки и использования готовой продукции, для мяса характерны значительные колебания качества в зависимости от породного состава и технологии выращивания животных; это, а также высокая степень дифференциации товарного ассортимента требует быстрого обновления стандартов на качество и методов его определения.
- Недостаточная развитость сырьевой базы приводит к тому, что мясоперерабатывающая промышленность России вынуждена работать в условиях дефицита качественного сырья отечественного производства. Несмотря на тенденции импортозамещения



продукции птице- и свиноводства, зависимость российских производителей от поставок импортного сырья по-прежнему велика. Еще острее эта проблема стоит в отношении крупного рогатого скота. Это отражается на конечных результатах хозяйственной деятельности, так как обуславливает сильную зависимость от поставок импортного сырья, от мировых цен на него, таможенного законодательства и т.д.

- Эффективность работы малых предприятий по забою скота значительно ниже, чем у комбинатов, так как необходима комплексная переработка скота с использованием всех исходных компонентов, от самых ценных для потребителей элементов (мясо, эндокринно-ферментное, кишечное, жиросодержащее сырье, шкуры) до каныги, идущей на кормовые цели; а на небольших предприятиях, как правило, значительная часть исходного сырья от убоя животных не перерабатывается, что приводит к громадным потерям в масштабах страны.
- При переработке мяса на колбасные, кулинарные и иные изделия также требуется высокотехнологичное оборудование, поэтому малые предприятия должны повышать свой технический и технологический уровень.
- Рынок мяса и мясопродуктов характеризуется большой совокупностью реализуемых на нем видов продукции и сегментацией по территориальному признаку, локальным характером спроса и предложения под воздействием территориальных характеристик; также рынок может быть сегментирован по отдельным категориям потребителей (например, по возрасту), функциональной направленности продукции (профилактическая, лечебная, диетическая), потребительским свойствам (различной жирности). Основой увеличения предложения продукции выступает научно-технический прогресс.
- Для мясоперерабатывающей промышленности России характерен высокий удельный вес трудовых затрат.
- Мясоперерабатывающая промышленность оказывает стимулирующее воздействие на развитие смежных отраслей. Экономический эффект инвестиционных программ достаточно высок: помимо увеличения производства в определенных видах промышленности, каждое рабочее место в мясоперерабатывающей промышленности создает рабочие места в смежных отраслях. Во многих странах мира производство мяса и продуктов его переработки является локомотивом развития сельского хозяйства; структура потребляемого сырья способствует возделыванию определенных сельскохозяйственных культур. Эта специфическая особенность отрасли, а также необходимость развития сырьевой базы находят свое отражение в кооперации и интеграции между мясоперерабатывающими и сельскохозяйственными компаниями, что способствует созданию рентабельных сельхозпредприятий и вертикально интегрированных холдингов.



4.2. ДОЛИ РЫНКА КРУПНЕЙШИХ ИГРОКОВ НА РЫНКЕ МЯСОПЕРЕРАБОТКИ

Рынок мясопереработки в России отличается высокой фрагментированностью. Практически во всех крупных населенных пунктах существуют мясоперерабатывающие заводы, которые выпускают широкий ассортимент колбас и сосисок, а также занимают существенную долю локального рынка. Однако они не заметны в национальном масштабе. Вместе с тем, прибыльность сегмента «мясопереработка» находилась под существенным давлением из-за резкого роста цен на мясное сырье. К примеру, цена на свиные полутоуши достигала в III квартале 2014 года 190 рублей, что в два раза превышает показатель I квартала 2013 года.



Диаграмма 55. Доли основных игроков в производстве свинины в РФ, 2014 г. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, данные производителей.)

В Центральном ФО сосредоточены крупнейшие производители мясной продукции. Этот федеральный округ отличается более острой конкуренцией среди производителей, **% рынка занимают пять крупнейших компаний: Останкино – **%, Черкизово – **%, Царицыно – **%, Микоян - **%, Продо (Клинский) – **%.



Диаграмма 56. Доли основных игроков на рынке мясопереработки в ЦФО, 2014 г. (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, данные производителей.)

4.3. СВОДНЫЙ АНАЛИЗ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ПОЛУФАБРИКАТОВ

4.3.1. Характеристика производителей

Как показало проведенное исследование, в середине 2014 года ряд мясоперерабатывающих предприятий испытывал существенные трудности с сырьем, и многие были вынуждены приостанавливать производство. Предприятия с собственной сырьевой базой оказались в выигрышном положении.

Именно наличие собственной сырьевой базы стало основой для чрезвычайно успешной рекламной кампании «Качество от фермы до прилавка» ГК Черкизово, стартовавшей в конце лета 2014 года на федеральных телеканалах, эту рекламную концепцию подхватили и многие другие компании. Более половины исследуемых предприятий имеют собственные свинофермы.

Далее в таблице представлены предприятия, сайт, регион, информация о компании, информация о холдинге, сырьевая база, продукция и торговые марки.

Предприятие	сайт	Регион	Холдинг	О компании	Сырьевая база	Продукция	Торговые марки
-------------	------	--------	---------	------------	---------------	-----------	----------------

Предприятие	сайт	Регион	Холдинг	О компании	Сырьевая база	Продукция	Торговые марки
ЗАО "АТРУС"	www.atrus.ru	Ярославская область		в состав ЗАО "Атрус" входит мясокомбинат, хлебозавод, завод "Русский квас", швейная фабрика, типография, автотранспортное предприятие, ремонтно-строительное управление, сеть фирменной розничной торговли.	сырье закупают	около 600 наименований мясной продукции: вареные, копченые и сырокопченые колбасы, сосиски, сардельки, деликатесы, около 40 видов консервов (гуляши, каши с мясом, тушеные свинина, говядина, курица), охлажденные и замороженные полуфабрикаты из говядины, свинины, птицы.	ТМ Атрус
ООО "Лукас-Д"	http://www.fermach.com/contacts/	Московская область		мясоперерабатывающие предприятие	закупают бычков и свиней, бьют сами	свежее мясо, субпродукты, полуфабрикаты, колбасные изделия, готовая продукция	ТМ Фермач
ООО "КРРОС"	http://krros.ru/	Московская область		Предприятие имеет полный цикл производства от забоя скота до выпуска готовой продукции.	поставщиками являются ведущие откормочные хозяйства Центрального региона	отруба, субпродукты, полуфабрикаты (крупнокусковые, мелкокусковые, порционные, фарши, котлеты)	ТМ Кррос
ООО "БРЯНСКИЙ МЯСОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИЙ КОМБИНАТ"	http://www.kingmeat.ru/contacts/	Брянская область	Агропромышленный холдинг Царь-мясо	Агропромышленный холдинг занимается производством кормов, свиноводством, мясопереработкой, имеет собственные магазины. в АПХ «Царь-Мясо» с 2007 года функционируют современные свиноводческие комплексы мощностью 120 тысячи голов в год, расположенные в Карачевском и Выгоничском районах Брянской области. Новые свинокомплексы позволят АПХ «Царь-Мясо» производить 365 тысяч голов свинины в год (а это – 40 тыс. тонн свинины в живом весе)	Собственные свиноводческие комплексы мощностью 120 тысячи голов в год, расположенные в Карачевском и Выгоничском районах Брянской области	мясо первичной переработки. вареные колбасы 12 наименований, полуфабрикаты переработанные 27 видов, деликатесы 23 наименования, ливерная, кровяная колбаса, сырокопченые колбасы 11 наименований, полукопченые 11 наименований, варено-копченые 11 наименований, сосиски и сардельки 11 наименований, в т.ч. детские, ветчины 7 наименований, мясные консервы 12 наименований в жестяной и стеклянной таре, упакованное мясо 6 наименований	ТМ Царь-мясо, Элитная коллекция, шедевры мастеров, аленький гурман, кулинарные шедевры, мясной стандарт, мясное раздолье. для сети "7 континент": Наша продукция, Спасибо за покупку, Только избранное
ОАО "МЯСОКОМБИНАТ РАМЕНСКИЙ"	http://www.ramen.ru/	Московская область		мясоперерабатывающее предприятие полного производственного цикла. В настоящее время предприятие выпускает более 300 наименований товаров из мясного сырья. Основную долю продаж составляют: колбасные изделия, мясные полуфабрикаты, эксклюзивная продукция производства: утка, гусь и баранина.	полный цикл от фермы до прилавка	колбасная продукция, полуфабрикаты	ОАО «Мясокомбинат Раменский», ЭЛЬОН



Предприятие	сайт	Регион	Холдинг	О компании	Сырьевая база	Продукция	Торговые марки
ООО "СКОПИНСКИЙ МЯСОПЕРЕРА БАТЫВАЮЩИЙ КОМБИНАТ"	<a href="http://www.skopin
skiy.ru/">http://www.skopin skiy.ru/	Рязанска я область		предприятие полного цикла	собственная сырьевая база	колбасная продукция, полуфабрикаты, консервы	"СКОПИНСКИЙ МЯСОПЕРЕРАБАТ ЫВАЮЩИЙ КОМБИНАТ"

Таблица 24. Сводная характеристика предприятий ЦФО (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, данные производителей.)

Далее в таблице представлены предприятия ПФО, сайт, регион, информация о компании, информация о холдинге, сырьевая база, продукция и торговые марки.

Предприятие	сайт	Регион	Холдинг	О компании	Сырьевая база	Продукция	Торговые марки
-------------	------	--------	---------	------------	---------------	-----------	----------------



Предприятие	сайт	Регион	Холдинг	О компании	Сырьевая база	Продукция	Торговые марки
ООО мясокомбинат "Звениговский"	http://zvenigov.com/	Марий Эл, Республика (88)	АГРОХОЛДИНГ ЗВЕНИГОВСКИЙ	«ЗВЕНИГОВСКИЙ» мясокомбинат входит в состав агропромышленного комплекса. Это более 20 тысяч гектаров земли, сельскохозяйственное производство по выращиванию зерна и кормовых культур, комбикормовый завод, крупный животноводческий комплекс для выращивания свиней, конины и крупного рогатого скота, а также современное мясоперерабатывающее производство – мясокомбинат «ЗВЕНИГОВСКИЙ» и разветвленная сеть фирменных магазинов.	Животноводческий комплекс на 170 тысяч голов (свинины, говядины и конины)	сосиски, сардельки, вареная колбаса, деликатесы, ветчины, копчености, ливерная колбаса, паштеты, полукопченые и варено-копченые колбасы, полуфабрикаты замороженные, полуфабрикаты натуральные	«ЗВЕНИГОВ»
ООО "ВОСТОЧНЫЙ"	http://vostoc.ru/	Удмуртская Республика (94)	Входит в группу компаний «КОМОС ГРУПП»	ООО «Восточный» — мясная компания полного цикла, крупнейшее предприятие Удмуртской Республики с полным технологическим циклом от воспроизводства до убоя и переработки мяса. В структуре компании — три свинокмплекса, четыре агрокомплекса, три мясокомбината и фирменная торговая сеть. ООО «Восточный» реализует проект	3 собственных свинокмплекса	вареные, полукопченые, варено-копченые и сырокопченые колбасы, ветчины, деликатесы, консервы, натуральные и рубленые полуфабрикаты — как замороженные, так и охлажденные. С 2007 года выпускается линия продукции для дошкольного и школьного питания.	Восточный, добромасов
ГУП Совхоз "Роцинский"	http://www.roschinsk.ru/	Башкортостан, Республика					
ООО "Вурнарский мясокомбинат"	http://вмк21.рф/	Чувашская Республика - Чувашская Республика	агрохолдинг «Вурнарский мясокомбинат»	В агрохолдинг входят молочно-товарная ферма на 2097 голов КРС, свинокмплекс, мясоперерабатывающий комбинат. По итогам 2014 года производство молока составило 4588 т, что на 49% больше к уровню предыдущего года. Производство говядины увеличилось на 16% и составило 339,6 т.	сырье свое и давальческое. В свинокмплексе содержится в 2015 году содержится 13520 голов свиней. цех доращивания на 3696 голов	сосиски, сардельки, вареная колбаса, деликатесы, ветчины, копчености, ливерная колбаса, паштеты, полукопченые и варено-копченые колбасы, полуфабрикаты замороженные, полуфабрикаты натуральные, консервы, кулинарные изделия	ООО "Вурнарский мясокомбинат"

Предприятие	сайт	Регион	Холдинг	О компании	Сырьевая база	Продукция	Торговые марки
ООО "Увинский мясокомбинат"	http://www.uvameat.ru/	Удмуртская Республика		В структуру предприятия входят животноводческий, убойный, колбасный цеха, цех полуфабрикатов.	Производство изделий осуществляется на основе мяса говядины и свинины: часть сырья производит животноводческий цех, где содержится собственное поголовье КРС, часть закупается у хозяйств района, поставки свинины ведутся со свиноплеменника "Восточный".	полутуши свиные, 170 видов изделий: это вареные колбасы, сосиски, сардельки, полукопченые, сырокопченые колбасы, полуфабрикаты: пельмени ручной лепки, чебуреки, манты, голубцы, котлеты, биточки, начинки, фарши, мясо-костные, порционные полуфабрикаты, субпродукты, пищевые и топлёные жиры	ООО "Увинский мясокомбинат"
ООО "ВОТКИНСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ"	http://vmk.mp18.ru/	Удмуртская Республика					
ООО "АБСОЛЮТ-АГРО"	http://absolutgk.ru/	Кировская область					
ЗАО "АГРОФИРМА "МЯСО"	http://agrofirma-myaso.ru/	Пермский край		Агрофирма занимается выращиванием скота, его переработкой и реализацией готовой продукции. Сегодня предприятие входит в пятерку ведущих мясокомбинатов Пермского края и в 300 крупнейших предприятий агропромышленного комплекса Прикамья по объемам товарной продукции, активам, балансовой стоимости основных средств.	Поголовье крупного рогатого скота составляет – 3 000 голов, свиней – 11 500 голов, пашни – 6 446 га.	свыше 100 видов продукции – это вареные и полукопченые, варено-копченые колбасы, деликатесы, а также полуфабрикаты: в тесте, рубленые, мелко и крупно кусковые. Новинкой производства является консервная продукция.	Чайковский мясокомбинат

Предприятие	сайт	Регион	Холдинг	О компании	Сырьевая база	Продукция	Торговые марки
ООО "РАЕВСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ "АЛЬШЕЙ-МЯСО"	http://альшей.рф/	Башкортостан, Республика		ООО "Раевский мясокомбинат "Альшей-мясо" одно из крупнейших мясоперерабатывающих предприятий Республики Башкортостан. Оно создано на базе Раевского мясокомбината в 2002 году, который был образован еще в 1920 году. Имеется собственная железнодорожная ветка с возможностью одновременной погрузки рефрижераторной мехсекции (4 рефвагона). На предприятии имеется линия шоковой заморозки (производства Германии 2005 г.) на 30,0 тонн первичной продукции и новые холодильники ёмкостью 450,0 тонн.	закупают на местных фермах	Мясо говядины, свинины, колбасную продукцию деликатесы из конины, мясные полуфабрикаты. 1.вареные, варено-копченые, полукопченые колбасные изделия, копчености, сосиски и сардельки; 2.мясные полуфабрикаты; 3.мясо в полутушах, замороженное, охлажденное, блочное; 4.жиры животные топленые пищевые, субпродукты, шкуры.	Раевский мясокомбинат

Таблица 25. Сводная характеристика предприятий ПФО (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, данные производителей.)



Лидирующим регионом по производству мяса и мясопродуктов в Южном федеральном округе является Краснодарский край. Также для Краснодарского края характерен наибольший объем производства колбасных изделий. Однако в последнее время, в связи с введением Россией ответных санкций на ввоз продукции из США, стран ЕС и пр. стран, в регионе многие производители отмечают существенные трудности. Во-первых, это нехватка сырья. Ряд предприятий по этой причине работает только на 40%-60% от своих возможностей. Также многие производители указывали, что в связи с ростом цен на электроэнергию снижается рентабельность производства. По этим причинам, большинство предприятий Краснодарского края в 2015 году ожидают того же уровня производства, хотя годом ранее наблюдали рост. Также некоторые производители могут перейти на выпуск более дешевой продукции.

Далее в таблице представлены предприятия ЮФО и СКФО, сайт, регион, информация о компании, информация о холдинге, сырьевая база, продукция и торговые марки.

Предприятие	сайт	Регион	Холдинг	О компании	Сырьевая база	Продукция	Торговые марки
Мясоптицекомбинат «Каневской»	http://kanevmpk.ru	Краснодарский край	Входит в состав агрохолдинга «Каневской», который является одним из аграрных лидеров Юга России, работающий по принципу от поля до прилавка	Мясоптицекомбинат «Каневской» — одно из крупнейших мясоперерабатывающих предприятий на Юге России. МПК Каневской входит в рейтинг ведущих компаний ЮФО по объему производства и реализации продукции на территории Краснодарского края	Помимо собственной сырьевой базы, сотрудничают с личными подсобными хозяйствами Кубани	Полутуши, отруба, субпродукты, варено-копченые колбасы Вареные колбасы Ветчина Копченые деликатесы Натуральные полуфабрикаты Полукопченые колбасы Полуфабрикаты переработанные Продукты жареные и запечённые Сосиски и сардельки Сырокопченые колбасы	мясоптицекомбинат Каневский
Мостовский мясокомбинат	mstovskoyimk.rf	Краснодарский край		ЗАО "Мостовской мясокомбинат" начал свою работу в 2013 году. Производственный комплекс рассчитан на убой скота и производства мяса и широкого ассортимента мясной продукции из говядины, свинины и баранины как в охлажденном, так и в замороженном виде, а так же производство различных полуфабрикатов из мяса.	закупают полутуши	отруба и субпродукты, полуфабрикаты (стейки, ромштексы, азу, гуляш, антрекоты)	Мостовский мясокомбинат



Предприятие	сайт	Регион	Холдинг	О компании	Сырьевая база	Продукция	Торговые марки
ООО фирма «ТОРЕС»	http://www.toresmk.ru/	Краснодарский край	Холдинг ТОРЕС	Фирма «ТОРЕС» – это современное мясоперерабатывающее предприятие с объемом производства около 600 тонн в месяц колбасных изделий и мясных полуфабрикатов.	сырье закупают	Вареные колбасы, сосиски, сардельки, колбасы полукопченые, копчено-вареные, сырокопченые; а также деликатесы из свинины и говядины; изделия из мяса птицы, ветчины. Кроме того, широко представлены полуфабрикаты: мясные натуральные порционные, крупнокусковые, мясные фарши, рубленые полуфабрикаты, полуфабрикаты в тесте (пельмени, хинкали, вареники).	Фирма Торес ООО
ООО Кубанское мясоперерабатывающее предприятие "АНРИК"	http://www.anrik.ru	Краснодарский край		Компания "Анрик" одно из известнейших в Краснодарском крае предприятий специализирующихся на производстве широкого ассортимента мясных изделий и замороженных полуфабрикатов.	сырье закупают.	Ветчины, колбасы варенные, полукопченые, сосиски, сардельки, деликатесы, а также богатый ассортимент замороженных полуфабрикатов	Анрик
АО фирма «Агрокомплекс» им Н.И.Ткачева	http://www.za-agrokomplex.ru	Краснодарский край	Агрокомплекс им. Ткачева	Агрокомплекс один из первых воплотил в жизнь концепцию аграрного предприятия полного цикла - от поля до прилавка. Комплекс включает в себя больше 60 компаний более 22 тысяч сотрудников, 500 торговых точек. Это свинопольные, животноводческие комплексы по выращиванию КРС, мясоперерабатывающие предприятия, кормовая база и т.д.	См ¹	Мясная продукция, колбасная продукция, полуфабрикаты	Агрокомплекс им. Ткачева

¹ В качестве сырья специалисты мясокомбината используют мясо животных, выращенных исключительно на собственных предприятиях. Поголовье содержится на 7 свиноводческих фермах, в 14 скотоводческих хозяйствах. Поголовье специализированного мясного скота насчитывает более 7 тысяч голов, расположенных на производственных участках в Лабинском и Мостовском районах Кубани. Производство крупного рогатого скота на убой ежегодно составляет около 10 тысяч тонн. Инвестиции в этой сфере направлены на увеличение поголовья до 15 тысяч голов скота, совершенствование племенной базы, улучшение пастбищ и условий содержания животных. Поставлена и реализуется задача: рост производства мяса говядины и максимальная загрузка нового мясоперерабатывающего комплекса таким стратегически важным сырьем. На свиноводческих фермах «Агрокомплекс» содержится 45 тысяч голов свиней. Свиноводство проходит масштабную модернизацию. На смену закрытым низко технологичным фермам придет новый свиноводческий комплекс замкнутого цикла для откорма 65 тысяч свиней. Стабильно и эффективно работают репродукторы «Родина-3», «Газырьское», «Нива-1» и откормочники «Нива-3» и «Колос», где среднесуточные привесы превысили 800 грамм. В 2012 году производство свинины выросло на 5 % и составило 8,2 тысячи тонн мяса.



Предприятие	сайт	Регион	Холдинг	О компании	Сырьевая база	Продукция	Торговые марки

Предприятие	сайт	Регион	Холдинг	О компании	Сырьевая база	Продукция	Торговые марки

Таблица 26. Сводная характеристика предприятий ЮФО и СКФО (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, данные производителей.)

4.3.2. Объемы производства полуфабрикатов на предприятиях

Как показал анализ, больше всего на предприятиях ЦФО производят вареных колбас и натуральных полуфабрикатов, по 22% соответственно. Далее следуют сосиски и сардельки – 20%, 17% приходится на переработанные полуфабрикаты, сюда входят: фарш, котлеты, пельмени и т.п. продукция. Полукопченые колбасы занимают 10%, варено-копченые – 8%. На сырокопченые колбасы и деликатесы приходится порядка 1%. Средняя загрузка предприятий 58%.



Диаграмма 57. Распределение по популярности производимой продукции (среднее по всем комбинатам) (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, данные производителей.)

Предприятие	Объемы производства, тонн/год	
	Натуральные п/в	Переработ. п/ф
ЗАО "АТРУС"		
ООО "КРРОС"		
ООО "БРЯНСКИЙ МЯСОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИЙ КОМБИНАТ"		
ОАО "МЯСОКОМБИНАТ РАМЕНСКИЙ"		

Предприятие	Объемы производства, тонн/год	
	Натуральные п/в	Переработ. п/ф
ООО "СКОПИНСКИЙ МЯСОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИЙ КОМБИНАТ"		
ООО "МЯСОКОМБИНАТ "ТАМОШЬ"		
"АПК-ДМИТРОГОРСКОЕ", ООО		
"НАДЕЖДА", ОТКРЫТОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО		
"СОДРУЖЕСТВО ", ОАО		
Жердеевский мясокомбинат		
"ДУМИНИЧСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ", ОТКРЫТОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО		
ООО Экофуд		
"ШАЦКИЙ МЯСОКОМБИНАТ", ОАО		
"ВОЗРОЖДЕНИЕ", ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ		
"РЯЗАНСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ", ОАО		

Таблица 27. Объемы производства на предприятиях ЦФО (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, данные производителей.)

Как показал анализ, больше всего на предприятиях ПФО производят вареных колбас – **%. Далее следуют сосиски и сардельки – **%, **% приходится на полукопченые колбасы. Варено-копченые колбасы занимают **%, сырокопченые – **%. Средняя загрузка предприятий **%.

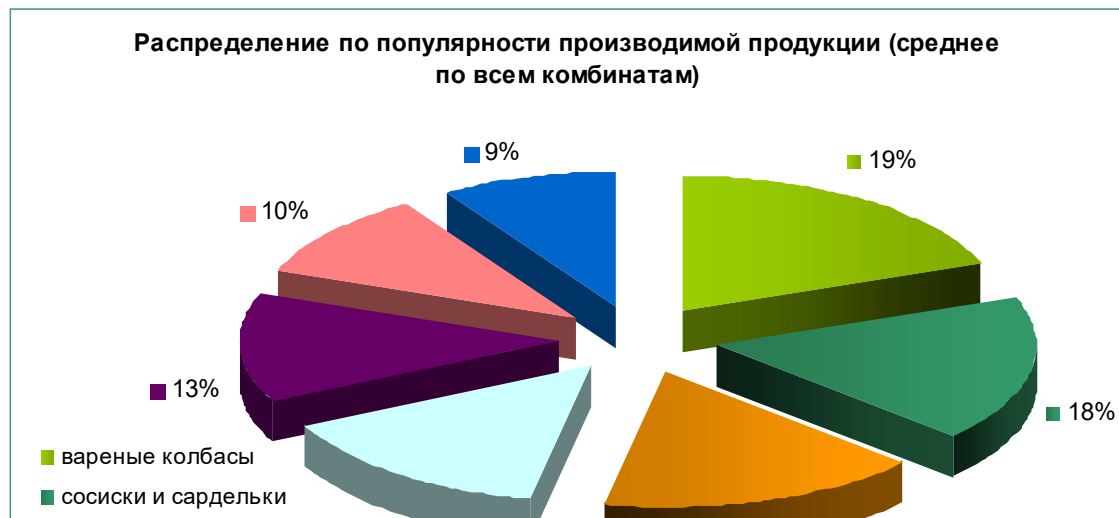


Диаграмма 58. Распределение по популярности производимой продукции (среднее по всем комбинатам) ПФО (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, данные производителей.)

Предприятие	Объемы производства, тонн/год	
	Полуфабрикаты натуральные	Полуфабрикаты переработанные
ООО "Увинский мясокомбинат"		
ООО "Агрофирма "Металлург"		
ООО "Камский Бекон"		
ЗАО "ЗАРЕЧЬЕ"		
ООО "Мясокомбинат "Ильиногорское"		
КЭБ ООО «Полтавские колбасы»		
Фабрика "Поспел"		
Дивеевский мясокомбинат, ОАО		
Филиал ООО "Восточный" мясокомбинат пол. Алмаз		

Предприятие	Объемы производства, тонн/год	
	Полуфабрикаты натуральные	Полуфабрикаты переработанные
Филиал ООО "Восточный" Сарапульский мясокомбинат		

Таблица 28. Объемы производства на предприятиях ПФО (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, данные производителей.)

Как показал анализ, больше всего на предприятиях ЮФО и СКФО производят сосисок и сарделек – **% исследуемых комбинатов. Примерно такой же популярностью пользуются варено-копченые и полукопченые колбасы. Сырокопченые колбасы производят только **% исследуемых предприятий. Натуральные полуфабрикаты занимают **%, полуфабрикаты переработанные – **%. Средняя загрузка предприятий **%.

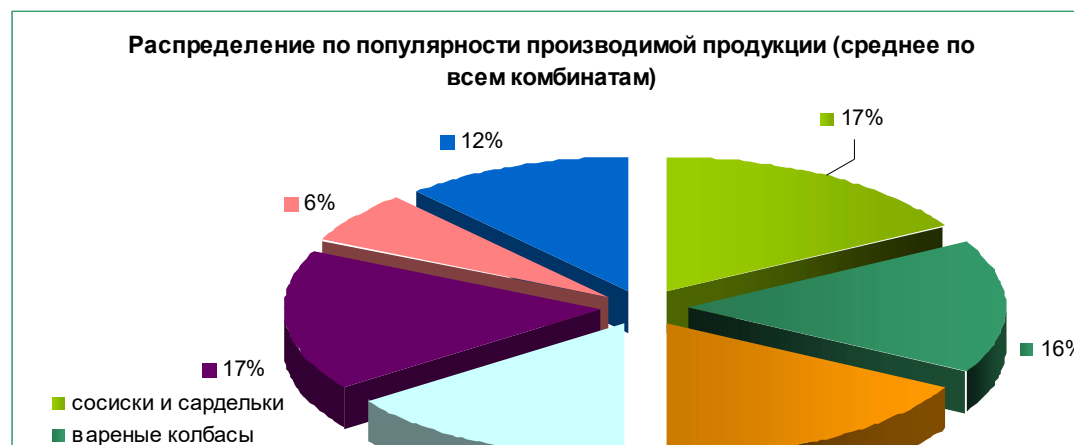


Диаграмма 59. Распределение по популярности производимой продукции (среднее по всем комбинатам) ЮФО (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, данные производителей.)

Предприятие	Объемы производства, тонн/год	
	п/ф натур	п/ф перер
Мясоптицекомбинат «Каневской»		
Мостовский мясокомбинат		

Предприятие	Объемы производства, тонн/год	
	п/ф натур	п/ф перер
ООО фирма «ТОРЕС»		
ООО Кубанское мясоперерабатывающее предприятие "АНРИК"		
АО фирма «Агрокомплекс» им Н.И.Ткачева		
ООО «Кубанский бекон»		
ООО Цимлянский мясокомбинат		
Мясоперерабатывающий комплекс «Виктория»		
ООО "Донские традиции"		
А-Конта		
Астраханские деликатесы мясоперерабатывающее предприятие 000		
ООО «Мясокомбинат Олимпия»		
ОО «Европа»		
ООО мясоперерабатывающее предприятие ДюбуА		

Таблица 29. Объемы производства на предприятиях ЮФО (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, данные производителей.)

4.3.3. География и структура сбыта на предприятиях

Предприятие	Регион	Сбыт	география поставок
ООО "МЯСОКОМБИНАТ БОБРОВСКИЙ"	Воронежская область	25% торговые сети (Торговый дом «Перекресток», «METRO», «Спар»), 7 фирменных магазинов. 75% контрактные и розничные клиенты	продукция мясокомбината распространяется на всей территории Центрального Федерального округа, в том числе в Москве, Краснодарском крае, Ростовской, Волгоградской и Саратовской областях
ЗАО "АТРУС"	Ярославская область	34 фирменных магазина, торговые сети	Ярославская обл, Костромская, Ивановская, Московская и др
ООО "Лукеc-Д"	Московская область	фирменные магазины «Фермач» 10 магазинов в Москве и Московской области	Москва, МО, Волгоград, Нижний Новгород, Ярославль
ООО "БРЯНСКИЙ МЯСОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИЙ КОМБИНАТ"	Брянская область	Есть собственная фирменная сеть "Гурман" (входит 11 предприятий розничной торговли и общественного питания), переработчики: мясокомбинаты, HORECA, дистрибьюторы: Орел, Тула, Пенза, Калуга; сети, комбинаты питания	Москва, Рязань, Владимир, Ярославль, Калуга, Железнодорожск (Курская область), Орел
ОАО "МЯСОКОМБИНАТ РАМЕНСКИЙ"	Московская область	своя сеть магазинов Раменский деликатес 7 магазинов, оптовики, Ашан, Перекресток, Пятёрочка, Наш, Глобус, Спар, Окей, Бахетле и др.	Москва, МО, Рязань, Владимир
ООО "СКОПИНСКИЙ МЯСОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИЙ КОМБИНАТ"	Рязанская область		
ООО " ПХ "Лазаревское "	Тульская область		
ООО "Пушкинский мясной двор"	Московская область		
ООО "АВАНГАРД"	Рязанская область		
АО "ШУВАЛОВО"	Костромская область		
ЗАО "Томаровский мясокомбинат"	Белгородская область		
ООО "МЯСОКОМБИНАТ "ТАМОШЬ"	Брянская область		
ЗАО "Суджанский мясокомбинат"	Курская область		
ОАО АГРОФИРМА "ЛИВНЫ-МЯСО"	Орловская область		
ОАО "ЮРЬЕВ-ПОЛЬСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ"	Владимирская область		
ООО "АгриВолга"	Ярославская область		
"АПК-ДМИТРОГОРСКОЕ", ООО	Тверская область		
"ЗАВОЛЖСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ", ООО, Агрохолдинг Копитания	Тверская область		

Предприятие	Регион	Сбыт	география поставок
ООО Жуликов	Тамбовская область		
Делко	Владимирская область		
Думнический мясокомбинат	Калужская область		
"САГУНОВСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ", ОАО	Воронежская область		
"РЯЗАНСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ", ОАО	Рязанская область		
Мясная империя	Московская область		
ГК Рамфуд	Московская область		

Таблица 30. Сбыт, география поставок производителей ЦФО (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, данные производителей.)

Предприятие	Регион	Сбыт	география поставок
ООО мясокомбинат "Звениговский"	Марий Эл, Республика	11 фирменных магазинов, сети	Республики Марий Эл, Чувашии, Татарстана, Нижегородской, Костромской, Ульяновской и Кировской областей.
ОАО "ДЗЕРЖИНСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ"	Нижегородская область	сетевых магазинов и крупных универсамов «Копейка», «Метро», «Перекресток», «Магнит», «Мясновъ», «Карусель» и др.	
ОАО "КИРОВСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ" ("КМ")	Кировская область	сеть фирменных магазинов «Мясная лавка» и «Мясной дворик», мясная карусель и мясная радуга, всего 16	
ГУП Совхоз "Рощинский"	Башкортостан, Республика	собственная торговая сеть магазинов натуральных мясных и молочных продуктов - оптовые магазины в г. Стерлитамак, г.Уфа, торговые точки в г. Стерлитамаке, Уфе, Ишимбае, Салавате, Мелеузе, Кумертау, в районных центрах Иглино, Красноусольский, Толбазы	
ООО "Вурнарский мясокомбинат"	Чувашская Республика - Чаваш Республики	39 фирменных магазинов	
ООО "Увинский мясокомбинат"	Удмуртская Республика	сети магазинов Мясное подворье, рестораны, ИП, мелкий опт	пермский край, Удмуртия
ООО "ВОТКИНСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ"	Удмуртская Республика	сети магазинов Мясное подворье	
ООО "АБСОЛЮТ-АГРО"	Кировская область		
ЗАО "АГРОФИРМА "МЯСО"	Пермский край		

Предприятие	Регион	Сбыт	география поставок
ООО "Агрофирма "Металлург"	Нижегородская область		
ООО "БУТУРЛИНСКИЙ БЕКОН"	Нижегородская область		
Новсвин	новгородская		
"КОМПАНИЯ М", ООО	Самарская область		
ЗАО «Максимовское мясо»	Башкортостан, Республика		
"ИГРИНСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ", ОАО	Удмуртская Республика		
ООО "Мясокомбинат "Ильиногорское"	Нижегородская область		

Таблица 31. Сбыт, география поставок производителей ПФО (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, данные производителей.)

Предприятие	Регион	Сбыт	география поставок
-------------	--------	------	--------------------



Предприятие	Регион	Сбыт	география поставок
Мясоптицекомбинат «Каневской»	Краснодарский край	20% собственные магазины, 35-40% торговые сети, остальное (55%-60%) индивидуальные предприниматели.	Основные регионы сбыта - ЮФО, Крым, Московская область, Санкт-Петербург. Продукция МПК «Каневской» представлена практически во всех федеральных и локальных сетях Юга России (Магнит, Лента, Ашан, Окей, Метро, Реал, Зельгрос, Табрис, Солнечный Круг, Шарм, Три Богатыря и т.д). Клиентская база предприятия свыше 5 000 торговых точек
ООО фирма «ТОРЕС»	Краснодарский край	10%-собственные магазины, 40% сети, 40%-опт, 10%розница	Только в своем регионе (Краснодарский край)
ООО Кубанское мясоперерабатывающее предприятие "АНРИК"	Краснодарский край	Круг поставок компании: от небольших магазинчиков до крупных супермаркетов, оптовых фирм и предприятий общественного питания. Структура сбыта: собственные магазины-20%, торговые сети-30%, 30%-розница, 20%- гос. учреждения.	Только в своем регионе (Краснодарский край)
АО фирма «Агрокомплекс» им Н.И.Ткачева	Краснодарский край	30% собственные магазины, 40%- торговые сети, 30-дистрибуторы, опт розница.	Преимущественно ЮФО, Центральный регион
ООО «Кубанский бекон»	Краснодарский край	50% розничные сети, 30% оптовые компании, 20% розничные магазины	Краснодарский край и соседние регионы
ЗАО «Мясокомбинат Новороссийский»	Краснодарский край	Сбытом занимается головная компания Тавр	В свой и близлежащие регионы
ОСП «ТАВР-Зимовники»	Ростовская область	30% торговые сети, 70% сеть собственных магазинов.	В своем регионе (Ростов), Адыгея, Карачаево-Черкессия.
ОСП «ТАВР» – Матвеев Курган»	Ростовская область	Всю продукцию реализует управляющая компания Тавр Ростов	В своем и близлежащих регионах

Таблица 32. Сбыт, география поставок производителей ЮФО (Источник: расчеты Эвентус консалтинг, данные производителей.)

ВЫВОДЫ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

О КОМПАНИИ EVENTUS CONSULTING

Компания «**EVENTUS Consulting**» существует на рынке с 2010 года, специализируется на проведении маркетинговых исследований любой степени сложности, оказании консультационных услуг в сфере маркетинга и разработке высококачественных бизнес-планов. Сотрудники компании имеют высшее образование в сфере экономики, статистики, маркетинга и технических наук, опыт команды составляет более 10 лет успешного проведения маркетинговых исследований и разработки бизнес-планов.

Мы предоставляем информацию, незаменимую для разработки маркетинговых стратегий, бизнес решений и эффективного медиапланирования, собирая, систематизируя и анализируя данные, отражающие предпочтения и мотивацию потребителей.

Компания «EVENTUS Consulting» является надежным партнером, мы сотрудничаем с российскими и зарубежными компаниями. За всю историю нашей компании не было ни одного недовольного Клиента. Мы дорожим своей репутацией и предоставляем только качественную и проверенную информацию.

Основными отраслями специализации нашей компании являются сельское хозяйство, производство продуктов питания, промышленность. С 2010 года наша компания выполнила более **250** проектов для различных сфер бизнеса.

- Мы разрабатываем маркетинговые исследования в соответствии с международными стандартами ESOMAR (Европейского Общества исследователей рынка и общественного мнения), а также согласно требованиям ФАС РФ к исследованиям рынка. При проведении исследования используются качественные и количественные методики.
- Бизнес-планы компании EVENTUS Consulting соответствуют российским и международным стандартам
 - UNIDO (United Nations Industrial Development Organization)
 - ЕБРР (Европейский банк реконструкции и развития)
 - TACIS (Техническая помощь Содружеству независимых государств)
 - Правительства РФ
 - Министерство Экономического Развития

Контактная информация:

Сайт: www.bp-eventus.ru , телефон: +7 (499) 340–70–12

E-mail: info@bp-eventus.ru, market@bp-eventus.ru

