

**Обзор публикаций
31.12.07-13.01.08**

Содержание

Содержание	2
Импорт мясного сырья в России	3
Россельхознадзор одобрил 29 польских предприятий	3
Поляки и сами с трудом "переваривают" свое мясо	3
Россия и Бразилия вводят новый порядок контроля за поставками мяса в РФ	3
Тенденции в производстве и потреблении	5
Почем фунт мяса?!	5
Животноводство становится экономически привлекательной отраслью	6
Почти 90% потребителей удовлетворены ассортиментом рынка мяскоколбасных изделий	8
Новости животноводства и птицеводства	14
Рынок мяса и мясопродуктов за 9 месяцев 2007 года	14
Птицеводы Татарстана планируют произвести 85 тыс. тонн мяса птицы	14
В Астраханской области рост производства мяса составил 5,7%	14

Импорт мясного сырья в России

Россельхознадзор одобрил 29 польских предприятий

09.01.2008 Meatinfo

Попавшие в этот список 29 польских предприятий имеют право экспортировать в Россию поросят для откорма, убойных свиней и готовой мясной продукции.

Как говорится в сообщении ведомства, в соответствии с договоренностями, достигнутыми и закрепленными в совместном меморандуме на встрече руководителей Россельхознадзора Сергея Данкверта и Ветеринарной службы Польши Эвой Лех, Россельхознадзор направил польской стороне список из девяти предприятий по производству готовой продукции, шестнадцати предприятий, заинтересованных в поставке в Россию убойных свиней и четырех предприятий по поставкам откормочных поросят.

По оценкам Мясного союза РФ, Польша после снятия эмбарго на ввоз в РФ польской животноводческой продукции сможет поставить в Россию в будущем году 30-50 тысяч тонн мяса.

<http://meatinfo.ru/news/central/?nid=10236>

[\(к содержанию\)](#)

Поляки и сами с трудом "переваривают" свое мясо

11.01.2008 Известия

Польские фирмы, производящие сосиски, ветчину, колбасы и другую мясную продукцию, часто нарушают технологию изготовления, а торговые организации не соблюдают права покупателей. Такой вывод содержится в отчете Польской торговой инспекции, проводившей контроль мясной продукции в магазинах страны после новогодних праздников.

Всего стандартам качества не соответствовало 12% копченостей и 14% консервов. Помимо этого, у 5% мясной продукции, лежавшей на прилавках магазинов, уже истек срок годности. Нередко покупателю отказываются предоставить сведения о составе мясного деликатеса или сообщают неверную информацию. Лабораторные исследования показали, что "свиной фарш" часто содержит значительную часть дешевого куриного мяса, в телячьих сосисках сорта "Мартинка" вместо положенных 3% жира содержится 20%, а в "телячьей" ветчине находят фрагменты свиной кожи со щетиной. Однако эксперты торговой инспекции, анализирувавшие результаты проверок, находят повод для оптимизма в том, что год назад ситуация в сфере производства и торговли мясной продукцией в Польше была еще хуже, отмечает ИТАР-ТАСС.

Любопытно в этом контексте то, что в конце минувшего года руководители ветеринарных служб России и Польши - Сергей Данкверт и Ева Лех - подписали меморандум об отмене ограничений на импорт польского мяса в РФ. Временные ограничения были введены российской стороной в ноябре 2005 года в связи с участвовавшими случаями нарушения ветеринарного законодательства при поставках животноводческой продукции из Польши.

<http://www.izvestia.ru/news/news159941>

[\(к содержанию\)](#)

Россия и Бразилия вводят новый порядок контроля за поставками мяса в РФ

11.01.2008 Интерфакс

Россия и Бразилия вводят новый порядок контроля за поставками бразильского мяса и мясопродукции в РФ.

Как сообщил "Интерфаксу" руководитель Россельхознадзора Сергей Данкверт, этот порядок предусмотрен протоколом, который планируется подписать 17 января в Берлине, в рамках международной выставки-ярмарки "Зеленая неделя".

"Проект протокола в основном согласован во время переговоров в четверг в Москве и, судя по всему, мы его подпишем с Крецем (заместитель министра сельского хозяйства, животноводства и снабжения Бразилии, секретарь по защите растений и животных Инасио Афонсо Крец - ИФ) 17 января в Берлине", - заявил глава службы.

По его словам, документ предусматривает повышение ответственности ветслужбы Бразилии за качество продукции, отправляемой в Россию. "В частности, мы отзываем своих специалистов, которые до этого контролировали поставки в портах Бразилии, теперь эти функции будут выполнять сами бразильцы, - заявил он. - В случае поставки в РФ некачественного мяса предприятие-поставщик будет сразу же исключаться из списка предприятий, имеющих право на экспорт своей продукции".

Кроме того, планируется усилить лабораторный контроль за качеством мяса на границе. С 1 января вступил в силу порядок, в соответствии с которым поставки мяса и мясной продукции из Бразилии должны сопровождаться специальными этикетками, в которых указывается производитель и сообщается, что продукция соответствует российским ветеринарным и санитарным требованиям. Необходимость усиления контроля за поставками мяса из Бразилии связана с тем, что в этой стране регулярно регистрируются опасные заболевания животных, в частности, ящур.

Между тем Бразилия является одним из крупных поставщиков мяса в Россию. По оценке Национальной конфедерации сельского хозяйства этой страны, объем экспорта в РФ ежегодно составляет примерно \$1,5 млрд. По данным Института конъюнктуры аграрного рынка (ИКАР), в 2006 году импорт говядины из Бразилии в РФ составил 254 тыс. тонн, или 40% от общего объема поставок этого мяса. Импорт свинины составил 229 тыс. тонн (более 37% импорта), импорт мяса птицы - 169 тыс. тонн (15%).

http://www.interfax.ru/r/B/finances/5.html?menu=21&id_issue=11943676

[\(к содержанию\)](#)

Тенденции в производстве и потреблении

Почем фунт мяса?!

09.01.2008 Абакан

Покупая на рынке свежее мясо по 150-170 рублей за килограмм, знаете ли вы о том, какова его реальная себестоимость? Сразу несколько экспертных организаций в области аграрного рынка причиной подорожания назвали рост цен на зерно, который, по их оценкам, к концу 2007 года составил около 30%. Зерновые широко используются в производстве комбикормов для животноводства, и скачок цен привел к подорожанию мясной продукции. Особенно негативно это отразилось на цене мяса птицы и свинины, так как зерно составляет 55-65% себестоимости этих продуктов. В этом свете тот факт, что при постоянном росте розничной цены на такой важный продукт, как мясо, закупочные цены на него остаются на прежнем уровне - около 80 рублей за килограмм говядины и 90-95 рублей за килограмм свинины, вызывает как минимум недоумение.

По оценкам экспертов, мяса в нашей стране производится все больше, но его по-прежнему не хватает. На 40% больше говядины, чем в предыдущем году, России придется импортировать - об этом заявил глава Минсельхоза Алексей Гордеев и добавил, что именно эта нехватка оборачивается для нас новыми скачками цен. Мы-де зависим от ценовой ситуации на Западе...

При всем при этом, не углубляясь в экономические тонкости, жителям нашего города хочется разобраться в конкретной ситуации. Ведь до нас «бразильская буйволятина» не доходит, как-то местными хавроньями-буренками обходимся... Отчего ж все-таки цены растут?

Рожки да ножки... для бабушки

В редакцию обратилась пенсионерка Валентина Петровна. Старушка решила помочь взрослым уже внукам подзаработать к Новому году и еще весной подала идею о том, чтобы вырастить свиней и выручить деньги от сдачи мяса. Они купили семь месячных поросят по 2000 рублей каждый, оборудовали для них стайку из старой времянки (затраты на пиломатериал). Помимо этого приобрели крупы, комбикорм (300 руб. за мешок - а сколько таких мешков нужно, чтобы вырастить взрослую свинью?), солому на подстилку, специальные подкормки, ветеринарные препараты и стали ухаживать за животными. Для городского жителя словосочетание «месячный поросенок» ни о чем не скажет, поэтому нелишним будет пояснить, что в столь нежном возрасте свиньи размером с маленькую собачку часто болеют и могут умереть даже от сквозняка. Так произошло и с двумя поросятами Валентины Петровны. Оставшиеся пять были здоровыми, росли быстро и, несмотря на довольно внушительные затраты на свое содержание, обещали с лихвой их оправдать. Каково же было изумление пенсионерки, когда на рынке, куда она зимой пришла сдавать мясо, ей предложили принять его по... 92 рубля за килограмм, а голову, ножки и ливер вообще отдать перекупщику бесплатно - в качестве «компенсации за услуги». То же происходит и с говяжьими тушами, и с бараньими... Однако вы когда-нибудь видели, чтобы свиные ножки или говяжью печень на рынке раздавали бесплатно всем желающим?..

Прибыль - в кармане посредников

К сожалению, ситуацией, когда товаропроизводитель, в отличие от перекупщика, не получает никакой прибыли, в нашей стране никого не удивишь. Мы можем видеть это повсеместно, взять хотя бы такой пример: литр молока в магазине стоит в среднем 25 рублей, а на молокоперерабатывающем заводе фермер сдает этот литр по 7-8 рублей.

Но вернемся к нашей баранине (свинине, говядине...). В свою очередь перекупщики могут возразить, мол, нам аренду - плати (около 2000 рублей в месяц за одно торговое место), ветеринарной лаборатории за проверку - плати (в среднем 300-400 рублей за анализ одной туши), грузчикам и рубщикам - плати (1-1,5 рубля с каждого килограмма), а еще за санитарную книжку продавцу, за услуги морозильной камеры, прачечной (где стирают халаты и нарукавники -)... Вот и получается, что мясо такое дорогое.

Вместе с заместителем директора МУ «Абаканский рынок» Анатолием Маркиным мы прикинули все расходы-доходы и получили сумму в 110 рублей. Именно столько в среднем стоит мясо с учетом всех вложенных в него средств, а на прилавке оно лежит за 170! То есть все, что свыше этой суммы - уже чистая прибыль перекупщика. А страдают от этого как производители, так и мы - покупатели.

- Наценка на мясо в 50-70% - это просто недопустимо! Зарабатывать должен не перекупщик, а товаропроизводитель, - считает Анатолий Николаевич и добавляет: - К сожалению, администрация рынка не имеет права влиять на их взаимоотношения и соотношение закупочной и розничной цен. Поэтому я призываю людей самим продавать свою продукцию. На нашем рынке для этого всегда зарезервированы места. Каких-то льготных условий по сравнению с остальными мы предоставить не можем, но у товаропроизводителей есть право платить аренду за такое количество дней, за которое они предполагают продать выращенное на своем подворье мясо. Стоимость торгового места - 65 рублей в день. Инвалиды могут платить 50% от этой суммы.

Сказ о том, как перекупщики крестьян кинули

Но на практике часто бывает, что фермерам некогда заниматься продажей своей продукции: пока они стоят за прилавком, кто будет скотину кормить? А часто бывает и так, как рассказывает Антонина Ефремкина, сельская жительница:

- Как-то к нам приехал перекупщик мяса, объявил о том, что завтра приедет закупать свинину и говядину. Жители села забили скот, а предприниматель приехал только с небольшой суммой денег. Мы были вынуждены отдать ему мясо на реализацию. В качестве предоплаты получили лишь небольшую сумму. Оставшееся бизнесмен обещал привезти сразу после продажи мяса, но не появляется уже больше двух месяцев. А для нас это единственная возможность получить живые деньги - совхозы-то развалились...

Кто виноват и что делать?

Что и говорить, государство сделало вид, что обратило свое внимание на проблемы агропромышленного комплекса. Демографический спад добрался и до села, и хотя у фермеров, как правило, два-три ребенка, численность жителей убывает. Для того, чтобы жизнь на селе кипела, а не еле теплилась, нужна социальная инфраструктура. У нас же пресловутая оптимизация съедает сельские школы, больницы, библиотеки, да что там говорить, если даже фельдшерская служба исчезает, а как без нее на селе? Не одной работой жив человек, ему должно житься и комфортно, и интересно, а когда этого не происходит, пустеют деревни, спиваются мужики... Из этого вывод: экономическая поддержка фермеров и крестьянских подворий должна иметь продолжение в виде укрепления социальной инфраструктуры села. А государству неплохо было бы вмешаться в вопросы регулирования ценовой политики. В противном случае - фермер обречен. А нам с вами при таких перспективах придется на Новый год радовать своих домочадцев котлетами из австралийской кенгурятины или жарким из мяса индийского буйвола.

<http://www.abakan-gazeta.ru/node/1091>

(к содержанию)

Животноводство становится экономически привлекательной отраслью

10.01.2008 Крестьянские ведомости

Под председательством губернатора Курской области Александра Михайлова в Мантуровском районе области прошел областной семинар-совещание по итогам работы в животноводстве за 11 месяцев и перспективах развития отрасли в рамках реализации Госпрограммы «Развитие сельского хозяйства и регулирование рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2008-2012 гг.».

По сообщению администрации Курской области, в качестве показательного примера целенаправленной, инициативной и результативной работы районного руководства и местных СПК, фермеров, владельцев ЛПХ по возрождению и развитию животноводства Мантуровский район был выбран вовсе не случайно.

Еще 3 года назад он «хромал» почти по всем сельскохозяйственным показателям, а сегодня все настойчивее прорывается в лидеры областного масштаба. И сегодня здесь есть чему поучиться в организации и постановке дела другим главам районов. В частности, в Мантуровском районе при поддержке надежных инвесторов успешно реализуется собственная программа развития животноводческой отрасли, один из первых в области филиалов Россельхозбанка тоже открыли мантуровцы.

Практическая часть семинара прошла на базе хозяйств ООО «Мантурово-Главпродукт», которое возглавляет Валерий Шитиков. Сначала в селе Стужень участники совещания познакомились с работой нового свинокомплекса на 12 тыс. голов, построенного за счет собственных средств инвестора вне рамок нацпроекта «Развитие АПК», затем посетили строящийся современный молочный комплекс в селе Стужень, рассчитанный на 1000 голов. А по пути к нему заглянули на обычную молочную ферму в СПК «Искра», которым руководит Виктор Козлов.

Обычная ферма необычна уже тем, что каждая фуражная корова здесь дает в сутки 10,2 кг молока или 5100 кг - за год. В этом сельхозкооперативе - лучшем по району - сегодня насчитывается 1320 голов КРС, более 500 свиней и 200 овец. Дойное стадо - 400 голов, еще 160 бычков держат на откорме. Средняя зарплата в хозяйствах под управлением Виктора Ивановича Козлова - 6,7 тыс. Только на праздник сельхозработника хозяйство выдало 560 тыс. премиальных. Потому здешний народ руководителя своего ценит и за рабочее место держится.

Свинокомплекс в Стужени, к строительству которого ООО «Мантурово-Главпродукт» приступило в июле 2006 г., с мая 2007 г. заселили «гости» из Франции - инвестором были закуплены 600 свиноматок и 15 хряков. Сейчас здесь в комфортных условиях набирают вес около 4 тыс. хрюшек. А производственная мощность рассчитана на 12 тыс. голов в год, то есть на 1300 т мяса. Ожидаемая прибыль, а мясо планируют начать реализовать уже с марта 2008 г., 30 млн рублей в год. Все предприятие обслуживают 30 человек, средняя зарплата - 15-18 тыс. рублей у инженерного персонала, операторы получают от 7,5 до 8,5 тыс. рублей. В селе Куськино активными темпами с июля 2007 г. строится не менее современное производство - молочный комплекс, первоначально рассчитанный на 600 голов, а в перспективе - и на все 1000, уверен инвестор. Первые 200 буренок-новоселов уже заняли теплые «квартиры». А на открытых площадках на откорме будут содержаться еще 3,5 тыс. коров. Уже в 2008 г. на комплексе планируют получить 3,6 тыс. т молока и 1600 т говядины, которая поступит для переработки на Щигровский мясокомбинат.

Новый животноводческий комплекс инвестору обойдется в 190 млн рублей (привлекают банковские кредиты), из них 140 млн - расходы по строительству, на 30 млн закуплено техники и оборудования, еще 20 млн направили на закупку скота. Пока на комплекс свозят брошенный скот из местных хозяйств, а с марта 2008 г. планируют завезти 600 голов элитной породы для дойного стада и 200 нетелей.

Уже сегодня в хозяйствах двух подшефных районов - Мантуровского и Щигровского - инвестор содержит 2,5 тыс. голов КРС. И точно такой же по мощности современный молочный комплекс, который сейчас возводится в селе Куськино, ООО «Мантурово-Главпродукт» планирует с весны 2008 г. начать строить в Щиграх.

Оценивая мантуровский опыт в животноводстве за последние 2 года, а по сути его можно назвать прорывом районного масштаба, губернатор Курской области призвал глав других районов самим проявлять больше инициативы и брать на вооружение передовой опыт, равняться на лучших, иначе ситуацию не изменить.

Если сегодня в области растениеводства область поднялась до передовых позиций, по валовке и урожайности обошли традиционно сильных соперников - Белгородский и Липецкий регионы, то в животноводстве замыкает пятерку лучших, хотя потенциал для того, чтобы сравняться с лидерами, есть.

В 2007 г. впервые за долгие годы в целом по области животноводы сработали практически по нулям, безубыточно, тогда как обычно «уходили в минус». И если бы в каждом районе федеральные усилия (нацпроект) и областные программы подкреплялись реализацией своих районных программ, то результаты не замедлили бы сказаться. Пример тому - опять мантуровцы.

Как отметил глава района Василий Денисов, в течение 3 лет поголовье КРС в хозяйствах будет восстановлено на уровне 80-х, дореформенных годов. Это не менее 15 тыс. голов КРС, 5,5 тыс. голов дойного стада. Уже в 2008 году в районе начнут строить новый свинокомплекс на 12 тыс. голов, комбикормовый завод и рапсовый.

«Каждый год, - сказал В. Денисов, - мы будем запускать в строй новую молочную ферму на 600 голов. Государство сегодня с помощью нацпроекта, льготных кредитов, субсидированных ставок, гарантий областной администрации дает возможность работать каждому: фермеру, владельцу личного подсобного хозяйства, кооперативам и крупным сельхозпредприятиям. И тот, кто хочет, тот делает и добивается нужного результата». Главным фактором успеха В. Денисов считает верную кадровую политику. Надо чаще встречаться и говорить с людьми, призвал он участников семинара, спланировать районных руководителей и местных хозяйственников на одно общее дело, искать хороших инвесторов, убеждать и уговаривать их работать на взаимовыгодной основе.

<http://www.agronews.ru/newsshow.php?Nid=42075>

(к содержанию)

Почти 90% потребителей удовлетворены ассортиментом рынка мяскоколбасных изделий

11.01.2008 Деловая пресса

В последние 4 года в стране наблюдается уверенный рост потребления мяса и мясopодуkтов. В 2005 году, по данным Росстата, объем производства мяса и мясopодуkтов, включая охлажденное мясо и субпродукты, составил около 5 млн тонн, общий объем рынка мяса и мясopодуkтов оценивается в 8 млн тонн в год. В 2006 году, по данным компании "АМИКО", объем российского рынка мяскоколбасных изделий составил 21 млрд долл. в розничных ценах.

Одним из важнейших факторов, влияющих на темпы роста рынка, является рост доходов населения. Динамика доходов населения и потребления мясных продуктов свидетельствует о том, что российское население приближается по структуре потребления к западным стандартам. В Европе норма затрат на продукты питания составляет 10-15%. Сейчас, по оценкам экспертов, Россия входит в группу "высоких средних доходов" вместе со Словенией, Чехией и другими странами. Несмотря на это, в России уровень потребления

мяса на душу населения существенно ниже, чем в экономически развитых странах. Так, в США уровень потребления мяса на душу населения в 2006 году составил 124 кг, что в 2 раза больше, чем в России.

Другими факторами уровня потребления мясной продукции, а также роста рынка являются также культурные особенности гастрономии и потребительские предпочтения граждан. Российская структура потребления значительно отличается от европейской и американской. Так, жители центральной Европы традиционно потребляют свинину в больших объемах, а блюда из нее являются традиционными для национальных кухонь стран данного региона, в США больше всего едят мясо птицы, чуть меньше говядины, и меньше всего свинины. В России едят свинину, говядину и птицу примерно в одинаковых пропорциях. Что касается мяскоколбасной продукции (различные виды колбас, сосиски и сардельки, ветчины, мясные деликатесы, паштеты и другое), то по оценкам компании «Бизнес Аналитика», совокупное потребление всех этих продуктов в расчете на одного жителя России составляет около 13–15 килограммов в год. По объемам среднедушевого потребления выделяются рынки Москвы и Санкт-Петербурга, в которых объемы потребления превышают как общероссийский уровень, так и другие крупные города. Для рынка столицы этот показатель составляет до 27–30 килограммов в год, что в полной мере объясняется более высоким уровнем доходов ее населения.

По данным агентства АгроФакт, последние 2 года внутреннее производство мяскоколбасной продукции растет, однако темпы роста замедляются. В 2005 году лидером по производству среди других регионов был Центральный федеральный округ, однако его доля в общероссийской выработке данной продукции снизилась по сравнению с предыдущим годом до 39%. Москва и Московская область, входящие в данный федеральный округ, практически сохранили свою позицию с долей 28,7%.

По результатам исследований Института Аграрного Маркетинга, в 2006 году темпы роста производства колбасных изделий в целом по России замедлились и составили 5,8%. По итогам 2006 года, в 22 областях России, являющихся лидерами по объемам производства, суммарно производилось порядка 60% от объема производства колбас в России. Однако число областей, в которых ощущается дефицит колбас местного производства, значительно превосходит число регионов-поставщиков. Наибольшими экспортными потенциалами располагают области Центрального и Северо-Западного федеральных округов, при этом внутри остальных округов России отмечается недостаток внутреннего производства. Для рынка мяскоколбасной продукции характерна концентрация крупных мяскокомбинатов в Центральном и Северо-Западном федеральных округах. Крупные мяскокомбинаты имеют значительное конкурентное преимущество перед региональными предприятиями в виде развитой системы маркетинга.

В то же время региональные предприятия не полностью используют свои мощности и преимущества, такие как лояльность потребителя к местным производителям, возможность работать на собственном сырье, в результате чего вытесняются с региональных рынков крупными национальными производителями.

Другой особенностью отечественной мясоперерабатывающей отрасли остается зависимость от импорта. Отечественное животноводство не может в полной мере обеспечить мясом российские мясоперерабатывающие предприятия: статистика свидетельствует, что в последние годы темпы роста производства мяса были незначительны, а поголовье крупного рогатого скота и свиней сокращается в среднем примерно на 10% в год. Поэтому основным ресурсом для производства колбас ведущими мясоперерабатывающими предприятиями продолжает оставаться импортное сырье.

Основными странами-экспортерами мяса в Россию являются европейские государства и страны Южной Америки, в частности Бразилия и Аргентина. В последнее время полное

прекращение поставок мяса из Аргентины, а также ограничение импорта из Бразилии и США повлекли за собой перебои в работе российских мясокомбинатов, в основном это затронуло мелкие предприятия.

В настоящее время на рынке мясной гастрономии представлено большое количество разнообразной продукции. По результатам розничного аудита, проведенного компанией «Бизнес Аналитика», наиболее широкий ассортимент представлен в торговых точках столицы: в 2005 году он составлял более 5 тысяч наименований. В таких крупных городах, как Санкт-Петербург, Самара, Воронеж, Екатеринбург, количество представленных разновидностей составляло в 2005 году примерно 2–2,5 тысячи наименований. В других региональных центрах, в основном имеющих свое производство, ассортимент рынка мясной гастрономии насчитывает 1,2-1,3 тысячи разновидностей, а в отдельных городах, например в Перми, Саратове и Астрахани, количество разновидностей данной группы продукции не превышает 600–900 наименований.

По данным компании «Бизнес Аналитика», структура рынка мяскоколбасной продукции в Москве и регионах значительно различается. Так, в Москве на различные виды колбас в 2005 году приходилось 52,2% рынка, в то время как в регионах этот сегмент составлял более двух третей рынка – 67,2%. В сегменте колбас на столичном рынке лидером продаж остается «Докторская», традиционно популярная у российского потребителя: на нее приходится почти четверть общих продаж колбас на рынке Москвы – 22,6%. Среди остальных видов колбас спрос распределен более равномерно: на колбасы «Молочная» и «Любительская» приходится чуть более 6%, по 4% принадлежит «Русской» и «Телячьей».

В регионах, так же как и на столичном рынке, наиболее популярной у потребителей является «Докторская», но ее доля здесь заметно ниже – 13,4% в общем объеме продаж колбас. В регионах чуть большую долю, чем в Москве, занимает более дешевая «Молочная» колбаса – 7,7%, третье место принадлежит «Любительской» – 4,1%, на четвертой и пятой позициях находятся «Русская» и «Краковская» – 2,7% и 2,4% соответственно.

На сегмент сосисок, сарделек, шпикачек в столице в 2005 году приходилось 29,2% рынка в натуральном выражении, при этом по сравнению с предыдущим годом здесь отмечено увеличение доли категории. В регионах доля этого сегмента несколько ниже и составляет 22,8% рынка.

Значительная разница показателей доли рынка в столице и регионах зафиксирована в сегменте мясных деликатесов. Это сегмент, объединяющий несколько видов дорогой продукции: грудинку, карбонат, окорок, мясные рулеты, буженину. Несмотря на высокую цену, продукты этой группы пользуются спросом москвичей. На региональных рынках, напротив, на этот сегмент приходится небольшой объем продаж. Невысокий доход большинства потребителей в регионах не позволяет им приобретать продукцию премиальной категории. Кроме того, определенную роль играет также фактор предложения на рынке: значительная часть местных производителей ориентирована в основном на вареные и полукопченые колбасы, сосиски и сардельки.

Ветчины и паштеты, отличающиеся меньшим разнообразием ассортимента, менее популярны в Москве, однако в регионах доля сегмента ветчин несколько превышает долю сегмента деликатесов – 4,8% против 3,1%.

Результаты исследований «Бизнес Аналитики» свидетельствуют о том, что спрос на продукты мясной гастрономии подвержен сезонным колебаниям. Так, в предновогодний период увеличивается доля продаж сырокопченых колбас, отмечается также всплеск в сегменте мясных деликатесов, что связано с активизацией потребителей, которые не могут позволить себе покупку дорогостоящих категорий мясных продуктов постоянно, однако приобретают их к праздникам.

Согласно результатам исследования потребительских предпочтений на рынке мяскоколбасной продукции, проведенного холдингом ROMIR Monitoring, основным фактором выбора для покупателей остаются цена и качество. Согласно данным ROMIR Monitoring, цена является решающим фактором покупки для пенсионеров (82%), для покупателей с начальным образованием (84%) и респондентов со средним уровнем дохода (75%). Вторым критерием выбора для россиян является качество продукта (65%). Опыт предыдущих покупок важен для 52% россиян. При этом, по данным ROMIR Monitoring, женщины в большей степени доверяют своему предыдущему опыту покупок, чем мужчины - 55% против 47% соответственно. Об этом же критерии выбора несколько чаще, чем в среднем по выборке говорили обладатели высшего образования (60%) и респонденты с высоким уровнем дохода (67%) (по материалам компании РОМИР мониторинг, http://romir.ru/news/res_results/227.html).

Результаты этого же исследования свидетельствуют о том, что в целом 84% респондентов удовлетворены ассортиментом представленной на рынке продукции, качество устраивает каждого второго, ценами довольны лишь 37% потребителей.

Результаты исследования цен, проведенного компанией «Бизнес Аналитика» говорят о том, что цены в регионах в среднем ниже, чем в столице, по всем сегментам мясной гастрономии. Однако продукция массового спроса в регионах продается значительно дешевле, а цены на премиальные мясные изделия сопоставимы с московскими, что объясняется представленностью в регионах премиальных продуктов столичных производителей, предлагающих их по «московской» цене.

В настоящее время наиболее привлекательным для основных игроков российского рынка является московский регион. Это объясняется его большой емкостью и высоким уровнем доходов населения. Кроме этого, происходит постепенное смещение спроса в сторону более дорогих качественных продуктов, в частности активно развиваются сегменты мясных деликатесов и сырокопченых колбас. В Москве не только самый емкий, но и самый насыщенный рынок. Поэтому большинство игроков растут сейчас за счет проникновения в регионы, где значительную долю занимают местные компании. По результатам исследования компании «Бизнес Аналитика», на рынке мясной гастрономии ярко выражены региональные различия. Так, на столичном рынке представлена продукция более двухсот компаний, но рынок Москвы отличается невысокой концентрацией, довольно высока конкуренция между игроками. В то же время рынки регионов более концентрированы по сравнению со столицей. Только в трети исследованных городов суммарная доля первой пятерки компаний не превышала в 2005 году 60% рынка по объему. В других городах, таких как (перечислены в алфавитном порядке) Красноярск, Набережные Челны, Новосибирск, Омск, Пермь, Уфа, на первую пятерку игроков приходилось более 90% рынка. В некоторых рынках фактически контролируется одним региональным производителем, например ОАО «Омский Бекон» занимает более 70% омского рынка, практически весь рынок Набережных Челнов контролирует ОАО «Набережно-Челнинский мясокомбинат», а рынок Перми разделили между собой несколько крупных региональных компаний.

Таким образом, главные позиции в регионах занимают местные производители, в то время как в Центральном округе лидируют московские компании. Согласно исследованию компании «Бизнес Аналитика», в 2005 году, на первую пятерку производителей в Москве приходилось около 47% по объему продаж в натуральном выражении.

Таким образом, по итогам 2005 года лидером московского рынка было ЗАО «Микояновский мясокомбинат», доля рынка этой компании в натуральном выражении составила около 20%. На втором месте расположилось ЗАО «Черкизовский мясоперерабатывающий завод» с долей рынка 7,7%, а его основной конкурент – ООО «Мясоперерабатывающий завод «КампоМос» – занял третью позицию с 7% рынка. ООО «Московский мясоперерабатывающий завод

«Вегус», поднялся с 6 на 4 место с долей 6,5%, а ОАО «Останкинский мясоперерабатывающий комбинат» осталось на пятой позиции. Во второй пятерке компаний все производители удерживают по 4-5% рынка. Суммарная доля первой десятки компаний немного превышает 70% рынка мясной гастрономии.

Компании из числа лидеров намерены продолжать конкурентную борьбу, для чего каждая придерживается собственной маркетинговой стратегии: выбор «своего» сегмента, правильное позиционирование, экспансия в регионы, развитие новых брэндов. Ряд участников рынка берутся сейчас за развитие собственных сырьевых баз. Наиболее популярными являются проекты в области птицеводства и свиноводства, чему способствует рост потребления мяса птицы и активная государственная поддержка. В результате проводимых мероприятий компании-лидеры демонстрируют положительную динамику развития, обороты компаний растут.

- Микояновский мясокомбинат - старейший производитель отрасли, работающий с 1798 года. Сейчас компания активно расширяет свое присутствие в регионах через открытие собственных торговых представительств в региональных центрах, ведет строительство свинокомплексов в Орловской и Липецкой областях в дополнение к уже имеющемуся, раскручивает брэнд «Ням-ням», адресованный детской и подростковой аудитории.

- Группа «Черкизово» также развивает собственную сырьевую базу, в 2007 году планирует вложить \$115 млн в развитие производства свинины. Компания усиливает свое присутствие в регионах, для чего начала активно работать в низкоценовом сегменте.

- Группа «Царицыно» - единственная в числе лидеров компания, которая отказалась от собственного производства мяса. В «Царицыне» основной акцент делают на ускоренное развитие сетей сбыта и постоянную модернизацию производства. Компания целенаправленно стремится продавать свою продукцию и за пределами России – в СНГ. В числе покупателей не только крупные оптовики, но и небольшие компании.

- Группа «Продо» - компания-лидер по ассортименту, предлагает свыше 1,5 тыс. наименований продукции. Однако единый брэнд холдинга – «Добрый продукт», созданный в 2004 году – так и не стал федеральным. Сейчас в компании делают ставку на новые брэнды, ведется реструктуризация управления холдингом с целью повышения его инвестиционной привлекательности.

- Компания «Дымов» ориентируется исключительно на состоятельного потребителя. В 2003 году компания перестала выпускать продукцию, рассчитанную на массовый сегмент. В целом на пяти своих заводах компания производит около 200 т мясопродуктов в сутки, что сравнимо с объемами лидеров. Продукция продается в ведущих ритейловых сетях столицы, вход в которые является главной проблемой для небольших мясоперерабатывающих фирм. В условиях насыщения рынка и растущей конкуренции крупные производители уделяют все большее внимание брендингованию своей продукции. Если несколько лет назад основой брэнда выступало имя производителя, а изделия мясной гастрономии имели практически одинаковые, ГОСТовские, названия, то сегодня компании находят более узкие ниши.

Каждый производитель ориентирует свою продукцию на определенные ценовые сегменты: одни игроки стали брендинговать мясопродукты активно растущего верхнего ценового сегмента (Микояновский МК, продвигающий брэнд «Охотный ряд», Таганский МПЗ с премиальным брэндом «Таганский мясной ряд», компания «Дымов», с высокоценовой линейкой продукции ТМ «Высокая кухня»). Другие, наоборот, выводят под отдельный брэнд продукцию нижнего ценового сегмента.

Основные выводы по итогам обзора:

- На российском рынке мяскоколбасной продукции в последние годы отмечается высокий спрос, растущий пропорционально росту доходов населения. Российское население приближается по структуре потребления к западным стандартам.

- Особенностью рынка мяскоколбасной продукции является концентрация крупных мяскокомбинатов в Центральном и Северо-Западном федеральных округах. Крупные мяскокомбинаты имеют конкурентное преимущество перед региональными производителями в виде развитой системы маркетинга, которая позволяет им вытеснять с региональных рынков местных производителей.
- В то же время у региональных предприятий также есть ряд преимуществ, основными из которых являются лояльность потребителя к местным производителям и возможность работать на собственном сырье.
- В структуре рынка мяскоколбасной продукции Москвы большую долю, чем в регионах, занимают сосиски, сардельки, шпикачки, а также сегмент, объединяющий несколько видов дорогой продукции: грудинку, карбонат, окорок, мясные рулеты, буженину. Несмотря на высокую цену, продукты этой группы пользуются спросом москвичей, поскольку для них цена не является таким важным фактором выбора, как для региональных потребителей. В регионах у потребителей более популярны различные виды колбас и ветчина.
- На рынке мяскоколбасной продукции ярко выражены региональные различия. Так, ведущие игроки московского рынка – это в основном крупные мясоперерабатывающие комбинаты Москвы и области. Региональные производители практически не представлены в столице, в то время как практически во всех регионах лидирующие позиции занимает один или несколько местных производителей.

http://businesspress.ru/newspaper/article_mId_38_aId_439726.html

(к содержанию)

Новости животноводства и птицеводства

Рынок мяса и мясопродуктов за 9 месяцев 2007 года

09.01.2008 Meatinfo

В январе-сентябре 2007 года производство скота и птицы на убой в хозяйствах всех категорий по сравнению с соответствующим периодом прошлого года увеличилось на 491,3 тыс. т, в основном, за счет сельхозорганизаций. В отличие от 2006 года, производство мяса в хозяйствах населения увеличилось, в крестьянских (фермерских) хозяйствах его рост продолжился.

Увеличение производства мяса в сельхозорганизациях вызвано продолжающимся ростом производства мяса птицы, а также мяса свиней. Мяса крупного рогатого скота получено несколько меньше.

Сокращение поголовья крупного рогатого скота в сельхозорганизациях замедлилось, а в хозяйствах населения и крестьянских (фермерских) хозяйствах отмечался его рост.

Поголовье свиней увеличилось, в большей степени, за счет сельхозорганизаций, а также хозяйств населения и фермерских хозяйств. Численность птицы в сельхозорганизациях также превысила позапрошлогодний уровень.

Ввоз мяса по импорту (без учета мяса птицы) увеличился по сравнению с соответствующим периодом 2006 года на 9,5% за счет существенного роста поставок говядины из Бразилии. Импорт мяса из стран СНГ также увеличился за счет возобновления в текущем году поставок говядины из Украины. Ввоз мяса из Республики Беларусь, напротив, сократился.

<http://meatinfo.ru/news/central/?nid=10252>

(к содержанию)

Птицеводы Татарстана планируют произвести 85 тыс. тонн мяса птицы

10.01.2008 Татар-Информ

Не менее 85 тыс. тонн мяса птицы намерены произвести в этом году птицеводы Татарстана, в прошлом году этого вида сельскохозяйственной продукции было получено 63 тыс. тонн. Об этом корреспонденту агентства «Татар-информ» сообщил генеральный директор ОАО «Татптицепром» Марс Алиев.

Яиц в этом году будет произведено около 780 млн. штук, что несколько больше, чем годом раньше. Реализация намеченных планов во многом станет возможным благодаря дальнейшему наращиванию темпов производства. Так, в ООО «Челны-бройлер» мяса птицы нынче планируется произвести 52 тыс. тонн против прошлогодних 22 тыс. тонн. В ООО «Агрофирма «Индейка» мяса индейки будет получено 1500 тонн, что в 5 раз больше, чем в 2007 году.

Однако самые грандиозные планы птицеводы намерены осуществить в ОАО «СХП «Юбилейная». В техническое оснащение этой птицефабрики будет вложено 1 млрд. рублей инвестиций, которые выделит ОАО «Татфондбанк». Средства будут направлены на дальнейшее совершенствование технологии производства яиц.

<http://www.tatar-inform.ru/news/2008/01/09/91144/>

(к содержанию)

В Астраханской области рост производства мяса составил 5,7%

10.01.2008 Приоритетные национальные проекты

Производство мяса в Астраханской области на 1 декабря 2007 года составило 38,4 тыс. тонн, рост к уровню предыдущего года – 5,7%.

В рамках реализации приоритетного национального проекта «Развитие АПК» в 2007 году рост производства мяса к 2006 году согласно плановым параметрам предусматривался 3,2%.

Численность поголовья крупного рогатого скота по состоянию на 1 декабря 2007 года возросла на 5,8% и составила 213,1 тыс. голов, в том числе коров – на 4,3% (98,3 тыс. голов), свиней – на 18,9% (35 тыс. голов), овец и коз – на 13,6% (1269,1 тыс. голов).

В 2007 году сельхозпредприятиями и крестьянскими (фермерскими) хозяйствами области приобретено племенного скота свыше 1100 голов.

В целях улучшения породности и продуктивности животных увеличивается охват искусственным осеменением маточного поголовья в личных подсобных хозяйствах. В текущем году в частном секторе было осеменено 1434 коровы (что на 463 головы больше соответствующего периода 2006 года), работает 32 пункта (в 2006 году – 26 пунктов). В текущем году открыто десять пунктов.

http://www.rost.ru/news/2008/01/101333_12288.shtml

(к содержанию)