



## Маркетинговое исследование

### «Рынок мяса птицы в РФ с фокусом на приграничные с Республикой Казахстан регионы»



Июль-август 2014

# КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ ОБ ИССЛЕДОВАНИИ

## Объем и формат исследования

Объем исследования – 85 страниц (с приложениями)

Дата выхода – июль-август 2014

Язык - русский

Шрифт – Arial

Размер шрифта - 10

Форма предоставления – в электронном виде

Исследование содержит: 18 таблиц, 49 рисунков

Формат файла с исследованием - \*.pdf

Стоимость – 30 000 рублей

## ОПИСАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Предметом данного исследования является мясо птицы. Учитывая, что 96 % всего потребления мяса птицы в России приходится на мясо бройлеров, то далее под термином мясо птицы подразумевается мясо цыплят-бройлеров.

Целью проводимого исследования являлось описание российского рынка мяса птицы в целом, с фокусом на рынки регионов, граничащих с Республикой Казахстан, для определения потенциала входа на рынок казахстанского производителя.

Для достижения цели в ходе исследования были поставлены следующие задачи:

- оценка ёмкости рынка
- оценка обеспеченности рынка продукцией
- определение основных конкурентов (производителей)
- определение основных возможных клиентов и каналов сбыта
- ценовой анализ
- прогноз основных тенденций рынка до 2020 года

## География исследования

В рамках работы проводилось исследование рынка Российской Федерации в целом, с основным фокусом на приграничные с Республикой Казахстан регионы:

- Алтайский край
- Республика Башкортостан
- Кемеровская область
- Курганская область
- Новосибирская область
- Омская область
- Оренбургская область
- Свердловская область
- Томская область
- Тюменская область
- Челябинская область

Выбор данных регионов обусловлен целесообразностью расстояния перевозки охлажденного мяса до 1 500 км.

## МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Исследование проводилось путём анализа первичных (включая аудит розничной торговли и on-line интервью) и вторичных источников информации.

В соответствии с методологией проведения исследования основными источниками данных являются:

### *1: Первичные источники*

- Аудит торговых точек розничных сетей (изучение ассортимента и цен) в целевых регионах.
- Телефонные и on-line интервью с потенциальными потребителями, производителями, консультации специалистов

### *2. Вторичные источники*

- Официальная региональная и государственная статистика (Федеральная служба государственной статистики, Федеральная таможенная служба, Министерство сельского хозяйства, Комитеты по агропромышленному и рыбохозяйственному комплексу регионов РФ и др.)
- Данные национальных и международных исследовательских институтов (Институт конъюнктуры аграрного рынка)
- Исследования рынка и аналитические обзоры, выполненные ранее ГК «Агриконсалт»
- Данные специализированных маркетинговых и информационных агентств (Agrifood Strategies, USAPEEC, FAOSTAT)

## ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

### Мировое потребление

В последние годы рынок мяса птицы был наиболее динамично растущим сегментом мирового рынка мяса по потреблению на душу населения: за девять лет с 2005 по 2014 год показатель увеличился с 12,7 до 14,5 кг на душу населения в год. Это связано с ростом доходов населения в развивающихся странах, что обеспечило доступность данного вида мяса значительной части населения. Благодаря такому росту потребления мяса, прогнозируется, что к 2020 году курятина станет самым потребляемым мясом в мире и вытеснит свинину. К примеру, только в Китае потребление мяса бройлера возрастет с 12 кг на душу населения (в 2014 году) до 23 кг к 2050 году.

### Производство

Увеличение потребления продукции и рост населения планеты оказывает положительное влияние на рост производства мяса бройлеров. Так, по данным Министерства сельского хозяйства США (USDA), мировое производство мяса бройлеров (в убойной массе) **в 2014 г. достигнет 85,3 млн. тонн**, что больше на 1,4% уровня 2013 года. По оценкам ФАО (Продовольственная и сельскохозяйственная организация ООН), производство составит 107,8 млн. тонн. Такая разница связана с тем, что данные, предоставляемые ФАО, включают в себя оценку производства на частных подворьях, а данные МСХ США оценивают только промышленное производство.

### Торговля

Одновременно с ростом производства, начиная с 2008 года, возрос и мировой экспорт мяса птицы на 11% – до 9,4 млн. тонн в год. **Основными мировыми экспортерами мяса птицы являются США и Бразилия.** Их совместная доля в формировании мировых экспортных ресурсов составляет **около 65%**. Но стоит отметить снижение доли этих стран в общем объеме экспорта за счет увеличения производства и экспорта в других странах (ЕС, Аргентина, Турция).

### Оценка ёмкости рынка

Начиная с 2010 г., национальный мясной рынок вышел на траекторию устойчивого развития, постепенно приобретая все больше черт, характерных для продовольственных рынков развитых стран.

В целом за период с 1999 по 2012 год личное потребление мяса и мясопродуктов в России увеличилось более чем на 60%. Помимо существенной государственной поддержки сельскохозяйственного производства основными факторами динамичного роста национального мясного рынка в долгосрочном периоде стали:

- Улучшение общеэкономической конъюнктуры
- Рост реальных доходов и повышение уровня жизни населения
- Развитие сетевой розничной торговли и пищевой промышленности

**Текущая ёмкость рынка мяса и мясопродуктов в России оценивается в 10,7 млн. тонн, среднее потребление мяса на душу населения в 2013 г. оценивается в 74,5 кг.**

## Результаты исследования

1. Результаты аудита розничной торговли подтвердили обоснованность первоначального выбора регионов, наиболее перспективных для поставок мяса цыплят-бройлеров из Республики Казахстан:

- 1 группа (Омская, Новосибирская, Курганская области)
- 2 группа (Башкортостан, Кемеровская, Тюменская области)

2. Возможность для входа на рынок нового игрока есть, так как в регионах в исследованной сетевой рознице федеральные, крупные местные и региональные игроки в данных группах суммарно занимают от 60 до 80% рынка. При этом определяющим фактором при выборе поставщика является цена и условия оплаты.

3. Таким образом, если новый игрок сможет предложить конкурентоспособную цену, которая будет ниже чем у ведущих в регионе свою деятельность игроков, то это позволит занять определенную долю на рынке. Достижение предприятием более низких цен может быть обеспечено двумя путями:

- За счет государственной поддержки - экспортные субсидии/субсидии или дотации на производство позволят снизить цену на готовую продукцию.
- Масштаб производства - более крупные компании имеют более низкую себестоимость, что позволяет им предложить более низкую отпускную цену. Как видно из результатов аудита, крупные птицефабрики (мощность производства от 20 до 70 тыс. тонн) наиболее широко представлены в сетевой торговле.

Помимо цены для торговых сетей также интересны и другие факторы - условия поставки, условия оплаты, возможности по доставке, сильный бренд и т.д. Для того, чтобы на равных конкурировать с уже работающими в регионе компаниями, новому игроку нужно иметь достаточный масштаб производства и определенные финансовые ресурсы.

4. В настоящий момент на исследованном рынке представлены три уровня предприятий:

- Крупные федеральные компании («Приосколье»/«Алтайский Бройлер») - они представлены большей частью в крупных гипермаркетах и супермаркетах федеральных сетей.
- Крупные местные и другие региональные компании («Птицефабрика Сибирская» «Новосибирская птицефабрика») - представлены в крупных гипермаркетах, супермаркетах, дискаунтерах и не сетевой торговле. Часто имеют свою сеть магазинов.
- Небольшие местные птицефабрики - представлены большей частью в несетевой торговле, в дискаунтерах и имеют свою сеть магазинов.

С нашей точки зрения новый игрок может потеснить и крупные федеральные, местные и региональные компании, но при этом необходимо соблюдение условий по ценовому демпингу. Если такой возможности нет, то, скорее всего основным конкурентом в сетевой и не сетевой торговле станут: средние региональные компании и мелкие птицефабрики. Занять какую-то долю крупных местных птицефабрик сложно, так как среди большинства населения бытует мнение, что продукция местного производителя более свежая, качественная и т.д. (хотя определенный процент выбирает только исходя из стоимости на полке).

5. Каналы сбыта - в настоящий момент конкретные каналы определить сложно, так как это зависит от масштаба производства и выбора типа продукции (охлажденная или замороженная).

6. Еще одной возможностью являются поставки продукции из мяса бройлеров с более глубокой степенью переработки (колбасы, сосиски, копчености, рулеты, различные полуфабрикаты). Эти продукты не являлись целью данного исследования, но по экспертным оценкам степень переработки мяса птицы в России достаточно низкая, и работа в этом сегменте снижает конкуренцию с другими производителями.

7. К сложностям работы в России по данным продуктам можно отнести отсутствие репутации и известности брендов производителей из Казахстана (ее надо нарабатывать годами). А также сложность работы с развитыми и требовательными торговыми сетями, куда достаточно сложно войти со своей продукцией. Сравнительно низкие, но возможные риски связаны с работой российских разрешительных органов, контролирующих поставки продовольствия в России (Роспотребнадзор) и других.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ВВЕДЕНИЕ
    - 1.1. ОПИСАНИЕ ПРОДУКЦИИ
    - 1.2. ЗАДАЧИ И МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ
  2. Резюме
  3. Анализ положения дел в отрасли
    - 3.1. Мировой рынок мяса птицы
      - 3.1.1. Мировое потребление
      - 3.1.2. Производство
      - 3.1.3. Торговля
      - 3.1.4. Прогноз развития рынка на 2014 год Службы сельского хозяйства зарубежных стран МСХ США (FAS USDA)
      - 3.1.5. Место России на мировом рынке мяса птицы
    - 3.2. Российский рынок мяса птицы
      - 3.2.1. Оценка емкости рынка
      - 3.2.2. Отечественное производство
      - 3.2.3. Ценообразование
      - 3.2.4. Торговля (импорт / экспорт)
      - 3.2.5. Основные тенденции (особенности) рынка мяса птицы в РФ
  4. Прогноз развития российского рынка мяса птицы до 2020 года
  5. Оценка перспектив поставок мяса птицы из Республики Казахстан в регионы РФ
    - 5.1. Наиболее перспективные регионы для поставок продукции
      - 5.1.1. Транспортная удаленность и обеспеченность мясом птицы целевых регионов
    - 5.2. Анализ результатов аудита розничной торговли в регионах группы 1
      - 5.2.1. Анализ аудита розничных торговых сетей города Омска (Омская область)
      - 5.2.2. Анализ аудита розничных торговых сетей Новосибирска (Новосибирская область)
      - 5.2.3. Анализ аудита розничных торговых сетей города Курган (Курганская область)
    - 5.3. Общие выводы по результатам аудита
- Заключение. Основные выводы и предложения, возможности и барьеры для входа на рынок

## Список таблиц

- Таблица 1. Прогнозы по мировому рынку мяса птицы до 2019 года  
Таблица 2. Потребление мяса птицы в РФ  
Таблица 3. Бюджет расходов на производство 1 тонны мяса птицы в живом весе (в среднем по отрасли)  
Таблица 4. Бюджет расходов на производство 1 тонны продукции бройлеров (мясо бройлеров в убойном весе и пищевые субпродукты) в 2012 году  
Таблица 5. Цены на продукцию (себестоимость производства) в России и в крупнейших странах-производителях, USD  
Таблица 6. Перспективные регионы для поставки продукции из мяса птицы, производимой в Казахстане  
Таблица 7. Обеспеченность изучаемых регионов РФ мясом птицы  
Таблица 8. Перечень крупнейших игроков в целевых регионах  
Таблица 9. Распределение областей по перспективности поставок  
Таблица 10. Список торговых сетей, в которых проводился аудит  
Таблица 11. Представленность продукции в магазинах различных типов, кол. позиций в шт.  
Таблица 12. Представленность продукции по термическому состоянию в различных типах торговых точек  
Таблица 13. Анализ цен на группы продукции  
Таблица 14. Распределение ассортимента продукции по видам в различных торговых точках  
Таблица 15. Анализ цен на группы продукции  
Таблица 16. Представленность продукции по типу в магазинах различных типов (кол. позиций), шт.  
Таблица 17. Представленность продукции по термическому состоянию в различных типах торговых точек  
Таблица 18. Анализ цен на группы продукции

## Список рисунков

- Рис. 1. Потребление мяса птицы в некоторых странах в 2013 году, кг/чел. в год  
Рис. 2. Крупнейшие страны-потребители мяса бройлеров, млн тонн/год  
Рис. 3. Мировое производство мяса птицы в 2010-2014 гг., млн. тонн  
Рис. 4. Динамика производства мяса птицы в основных странах производителях  
Рис. 5. Топ-10 компаний, крупнейших мировых производителей мяса птицы, млн. тонн  
Рис. 6. Доли рынков основных экспортеров бройлеров в %  
Рис. 7. Объем импорта в крупнейших странах-импортерах, тыс. тонн  
Рис. 8. Потребление мяса птицы в РФ  
Рис. 9. Структура потребления мяса по видам в 1990 г.  
Рис. 10. Структура потребления мяса по видам в 2013 г.  
Рис. 11. Потребление мяса птицы в РФ в 2011-2013 гг., кг/чел/год  
Рис. 12. Потребление мяса птицы в РФ в 2013 по сравнению с крупнейшими странами-потребителями, млн. тонн  
Рис. 13. Структура потребления мяса птицы в РФ  
Рис. 14. Динамика производства мяса птицы в сельскохозяйственных предприятиях РФ в 1997-2013 гг.  
Рис. 15. Прогноз производства мяса бройлера, млн. тонн  
Рис. 16. Производство мяса птицы по федеральным округам России в 2011-2013 гг., тыс. тонн  
Рис. 17. Доля крупнейших компаний в структуре производства мяса бройлеров в России в 2013 году  
Рис. 18. Степень консолидации производства мяса птицы в различных странах  
Рис. 19. Динамика цен реализации мяса бройлеров сельскохозяйственными производителями в среднем за период с июня 2012 года по декабрь 2013 года, руб./кг с НДС  
Рис. 20. Динамика цен реализации мяса бройлеров производителями и розничные цены за период с сентября 2013 года по июнь 2014 года, руб./кг с НДС  
Рис. 21. Динамика импорта мяса бройлеров в РФ в 1990-2014 гг., тыс. тонн  
Рис. 22. Динамика установленных квот на импорт мяса в России в 2004-2013 гг., тыс. тонн  
Рис. 23. Доля основных стран-импортеров мяса птицы в Россию в 2013 году  
Рис. 24. Экспорт мяса птицы из РФ в 2010-2014 гг., тыс. тонн  
Рис. 25. География поставок продукции из РФ в 2013 году  
Рис. 26. Товарные потоки мяса птицы в РФ и ЕЭП  
Рис. 27. Основные каналы реализации мяса птицы в России и ЕС/США  
Рис. 28. Расширение ассортимента продукции из мяса птицы и переработки  
Рис. 29. Динамика новых и модернизированных объектов в птицеводстве и объема дополнительного производства мяса птицы



- Рис. 30. Динамика изменения численности населения России и среднедушевого потребления мяса птицы в 2001-2013 гг.
- Рис. 31. Обеспеченность регионов мясом птицы
- Рис. 32. Размещение крупных птицефабрик (свыше 20 тыс. тонн продукции в год) по исследуемым субъектам
- Рис. 33. Распределение продукции разделки по видам
- Рис. 34. Количество видов продукции разделки в торговых точках различных типов
- Рис. 35. Доли замороженной и охлажденной продукции по всем видам торговых точек
- Рис. 36. Доли ведущих производителей в рамках исследуемого ассортимента
- Рис. 37. Распределение ассортимента мясной продукции по типу оболочки
- Рис. 38. Средние цены на исследуемые группы мясной продукции, руб./кг
- Рис. 39. Средние цены на охлажденную и замороженную продукцию, руб./кг
- Рис. 40. Распределение продукции разделки по видам
- Рис. 41. Доля охлажденной и замороженной продукции
- Рис. 42. Доли ведущих производителей продукции в рамках обследованного ассортимента
- Рис. 43. Средние цены на исследуемые группы мясной продукции
- Рис. 44. Средние цены на охлажденную и замороженную продукцию, руб./кг
- Рис. 45. Распределение продукции разделки по видам
- Рис. 46. Доли замороженной и охлажденной продукции по всем видам торговых точек
- Рис. 47. Доли ведущих производителей в рамках исследуемого ассортимента
- Рис. 48. Средние цены на исследуемые группы мясной продукции, руб./кг
- Рис. 49. Средние цены на охлажденную и замороженную продукцию, руб./кг

## Список приложений

- Приложение 1. Адресно-справочная информация по регионам исследования
- Приложение 2. Аудит розничной торговли
- Приложение 3. Перечень реализуемых в РФ инвестпроектов в отрасль бройлерное птицеводство



## О ГРУППЕ КОМПАНИЙ «АГРИКОНСАЛТ»

Группа компаний «Агриконсалт» включает:



ООО «Агриконсалт»

ООО «Русмаркетконсалтинг»

ГК «Агриконсалт» - это специализированная консультационная организация, созданная в 1994 году и ориентированная на оказание комплекса консалтинговых и маркетинговых услуг в области сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности.

**Наши услуги:**

### 1. БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ

- Для прогнозирования развития предприятия (для топ-менеджеров и акционеров);
- Для привлечения внешнего финансирования (для банков и инвесторов).

Вся документация готовится согласно требованиям и рекомендациям международной организации промышленного развития UNIDO (United Nations Industrial Development Organization), Министерства экономического развития РФ, ведущих банков России.

Нами ежегодно разрабатываются десятки бизнес-планов, в том числе по крупным проектам с объемом инвестиций свыше 2 миллиардов рублей. По значительной части проектов нашими клиентами получено финансирование, проекты успешно реализованы.

### 2. УСЛУГИ В ОБЛАСТИ МАРКЕТИНГА

#### 2.1. Маркетинговые исследования

Компания проводит исследования по следующим направлениям преимущественно в сегменте промышленного и аграрного рынков (B2B):

- анализ текущей позиции компании на рынке;
- определение емкости и потенциала рынка;
- анализ цен и ценообразование;
- оценка конкурентоспособности продуктов и проектов;
  
- анализ конкурентной среды;
- исследование потребителей, оценка потребительских предпочтений;

#### 2.2. Разработка маркетинговой стратегии

Маркетинговая стратегия предприятия разрабатывается специалистами нашей компании с учетом комплекса факторов, таких как ситуация, сложившаяся на рынке, влияние внешнего окружения, приоритеты развития компании, внутренние ресурсы фирмы и т.д.

### 3. УСЛУГИ В ОБЛАСТИ ФИНАНСОВ

- Постановка управленческого учета и бюджетирования
- Разработка финансово-экономических моделей

### 4. ИНФОРМАЦИОННЫЕ УСЛУГИ

Базы данных и справочники предприятий агропромышленного комплекса и другие.

## **Наши клиенты:**

Мы работаем с различными организациями практически во всех регионах России, имеющими интересы в сфере производства, переработки и распределения продовольствия, а также производства технических культур, рыбоводства и лесопереработки.

В области разработки бизнес-планов, стратегий развития и проведения маркетинговых исследований эксперты группы «Агриконсалт» успешно сотрудничали с такими крупными компаниями, как «Россельхозбанк», «Еврохим», «Фреш Фуд» («Мясокомбинат «Всеволожский»), «Московское оптово-розничное объединение» (МОРО), «Пит-Продукт», "Титан-Агро", «Талекс Агро», «Агрохолдинг «Пулковский», «Великолукский молочный комбинат», «Новгородский бекон», и другими.