

БИЛЕТ В ЭКОНОМ-КЛАСС

В 2017 ГОДУ ПРОИЗВОДИТЕЛИ
ПЕРЕСМОТРЯТ АССОРТИМЕНТНУЮ МАТРИЦУ
И СОСРЕДОТОЧАТСЯ НА ПРОДВИЖЕНИИ
БРЕНДИРОВАННОЙ ПРОДУКЦИИ.



Автор:
Виктория
Загоровская

41%

россиян стали больше экономить на еде за последние полгода.

45%

Птица по-прежнему будет занимать лидирующую долю рынка на уровне 45%.

2–3%

Прогнозируется уменьшение производства колбасных изделий на 2–3%.

Главным драйвером роста рынка, надеемся, станет разрешение экспорта мяса в страны Азии. В этом случае не исключено, что Россия уже в 2017 году вывезет больше мяса птицы, чем ввезет в страну.

Рост сетевого формата продолжит оказывать влияние на развитие форматов упаковки. Снижение доходов населения и сокращение нормы разовой покупки приводит к увеличению доли штучной упаковки с небольшим весом.

ЭТОТ ГОД ДЛЯ МЯСНОЙ ОТРАСЛИ, СКОРЕЕ ВСЕГО, ОКАЖЕТСЯ СЛОЖНЕЕ ПРЕДЫДУЩЕГО. РОСТ ЗА СЧЕТ ПРЕИМУЩЕСТВ ОТ ДЕВАЛЬВАЦИИ РУБЛЯ И ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО ЭМБАРГО ПРАКТИЧЕСКИ ИСЧЕРПАН, ВНУТРЕННИЙ РЫНОК СВИНИНЫ И БРОЙЛЕРА НАСЫЩЕН, А ЭКСПОРТ РАЗВИВАЕТСЯ МЕДЛЕННО, В ТОМ ЧИСЛЕ ИЗ-ЗА ВЫСОКОЙ КОНКУРЕНЦИИ. КТО НЕ УСПЕЛ ПОВЫСИТЬ СВОЮ ЭФФЕКТИВНОСТЬ И ОПТИМИЗИРОВАТЬ ПРОИЗВОДСТВО, УЖЕ НЕ СМОЖЕТ ЭТОГО СДЕЛАТЬ, ПОСКОЛЬКУ ДЕНЬГИ ДОРОГИЕ, А ДОХОДНОСТЬ ВСЕ МЕНЬШЕ. ПРОИЗВОДИТЕЛЯМ МЯСА НЕОБХОДИМО ГОТОВИТЬСЯ К СНИЖЕНИЮ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ.



Своими прогнозами на 2017 год поделились наши эксперты:



Дмитрий Судариков,
директор по продажам
Группы «ПРОДО»



Ольга Вялова,
управляющий по маркетингу
ООО «РКЗ-Тавр»



Дарья Снитко,
начальник
Центра экономического
прогнозирования
АО «Газпромбанк»



Артём Хасанов,
специалист компании
IndexBox Russia



Константин Корнеев,
исполнительный директор
«РИНКОН Менеджмент»



Анна Валуева,
ведущий аналитик
исследовательской
компании «Текарт»

Точкой роста может стать позитивная динамика российской экономики и платежеспособного спроса населения. Однако, по мнению экспертов, в 2017 году потребление в лучшем случае стабилизируется, его увеличение маловероятно.

Драйвером 2017 года станет свинина, хотя фактор АЧС может внести непредсказуемые изменения в баланс предложения на рынке. Мясо птицы останется самым дешевым белком животного происхождения, а значит, спрос на него вряд ли упадет.

В кризис выигрывает сильный бренд эконом-класса в упаковке современного формата с увеличенным сроком хранения и гарантированным качеством, который представлен в нескольких каналах продаж. Умение выстраивать поставки в торговые сети при использовании других каналов реализации, как и расширение рынков сбыта, станет одним из ключевых факторов успеха в 2017 году.

– На ваш взгляд, как будет развиваться ситуация в мясной отрасли в 2017 году? Что можно отнести к драйверам роста рынка?

В силу девальвации рубля и наращивания российскими участниками рынка производственных мощностей зарубежным поставщикам будет сложно увеличить экспорт в Россию даже в случае отмены эмбарго.

Сохранение эмбарго и прежних объемов субсидирования благоприятно скажется на развитии российской мясной отрасли в 2017 году: темпы ее прироста будут определяться, главным образом, уровнем платежеспособности потребителей.

Определенным подспорьем для производителей мяса является доступная цена на урожай 2016 года, что позволит снизить долю затрат на корма и создать определенный задел резервов по себестоимости продукции.



Дмитрий Судариков

– До 2016 года все прогнозы по мясному рынку и потреблению носили пессимистичный характер – ожидалось снижение потребления мяса и мясопродуктов в целом. Но уже в конце 2016-го появились прогнозы о постепенном восстановлении и даже росте потребления мяса.

Ключевые тренды, начавшиеся два-три года назад, будут продолжаться – это снижение потребления колбасной продукции и рост в сегменте птицы и свинины. При этом птица по-прежнему будет занимать лидирующую долю на уровне 45%, хотя темпы роста потребления этого вида мяса уже снижаются. Потребление свинины также значительно возросло.

Основные драйверы 2017 года – положительная динамика реальных доходов населения, растущий объем производства всех видов мяса и, как результат возрастающей конкуренции среди участников отрасли и повышения активности торговых сетей, снижение цен и рост доступности мяса для населения.

Новый Закон о торговле, принятый в 2016 году, – один из основных документов, который будет оказывать влияние на бизнес в 2017-м.



Ольга Вялова

– Экономические факторы окажут воздействие на дальнейшее уменьшение покупательского спроса на колбасные изделия, прогнозируется уменьшение производства на 2–3%, в том числе продолжение переориентации потребителей с колбасных изделий на свежее мясо – охлажденные полуфабрикаты, которые дешевле или равны стоимости колбасных изделий (товаров-субститутов).

Рост сетевого формата продолжит оказывать влияние на развитие форматов упаковки.

Снижение доходов населения и сокращение нормы разовой покупки приводит к увеличению доли штучной упаковки с не большим весом.

Значительное конкурентное преимущество сохранится за производителями с собственной сырьевой базой.



Дарья Снитко

– Главным драйвером роста рынка, на дею, станет разрешение экспорта мяса в страны Азии. В этом случае не исключено, что Россия уже в 2017 году вывезет больше мяса птицы, чем ввезет в страну.



Артём Хасанов

– В последние три года на российском мясном рынке происходит стремительное замещение импорта. Если в 2013 году на поставки из-за рубежа приходилось 30,9% потребления (2,3 млн т), то в 2016 году – 11% (0,7 млн т в январе–октябре 2016-го). В 2017 году этот показатель снизится до 9%, по оценке IndexVox. К такому сдвигу привело продовольственное эмбарго в отношении США, ЕС, Канады и ряда других стран, которое было введено в августе 2014 года; оно останется в силе, как минимум, до 31 декабря 2017 года. В силу девальвации рубля и наращивания российскими участниками рынка производственных мощностей

зарубежным поставщикам будет сложно увеличить экспорт в Россию даже в случае отмены эмбарго.

В 2016 году российским сельхозпроизводителям были предоставлены субсидии на 214 млрд рублей. В 2017-м объем господдержки составит не менее 220 млрд рублей, заявил премьер Дмитрий Медведев на заседании правительства 5 декабря. Однако изменится механизм выдачи субсидий: у регионов появится большая свобода в распределении средств между сегментами агропрома, так как целевые категории субсидий будут укрупнены. Помимо этого, субсидии по льготным кредитам будут поступать напрямую в банки, что облегчит сельхозпроизводителям получение кредитов.

Сохранение эмбарго и прежних объемов субсидирования благоприятно скажется на развитии российской мясной отрасли в 2017 году: темпы ее прироста будут определяться, главным образом, уровнем платежеспособности потребителей.

После ухода зарубежных поставщиков на российском мясном рынке образовался дефицит, ставший причиной роста цен: за год после ввода эмбарго цены на говядину выросли на 20%, свинину – на 8%, куриные окорочка – на 14% (данные Росстата). Однако по мере заполнения рынка отечественной продукцией наступила ценовая стабилизация. За январь–октябрь 2016 года средняя стоимость говядины для потребителей снизилась на 0,6% (до 453 руб./кг), свинины – на 2,2% (до 352 руб./кг). В то же время цена на куриные окорочка повысилась на 0,4% (до 157 руб./кг).

В 2017 году инфляция составит 4–4,5%, следует из прогноза Минэкономразвития; рост цен на мясную продукцию не превысит этот уровень, полагают аналитики IndexVox.



Константин Корнеев

– В 2017 году сохранится весьма противоречивая ситуация на мясном рынке: рост объемов производства на фоне падения доходов населения. Так, ожидается рост предложения свинины примерно на 155–160 тыс. т по отношению к 2016 году. Пред-

В 2017 году инфляция составит 4–4,5%, следует из прогноза Минэкономразвития; рост цен на мясную продукцию не превысит этот уровень, полагают аналитики IndexBox.

В 2017 году сохранится весьма противоречивая ситуация на мясном рынке: рост объемов производства на фоне падения доходов населения. Так, ожидается рост предложения свинины примерно на 155–160 тыс. т по отношению к 2016 году.

ложение мяса птицы также вырастет на 105–110 тыс. т. На рынке индейки вполне может наступить определенная стагнация, по крайней мере, до восстановления роста доходов населения. Естественно, что такая ситуация приведет к обострению конкуренции и снижению отпускных цен.

Драйвером 2017 года станет свинина, цена на которую будет во многом определять цену на другие виды мяса. Однако в этом году цена на свинину может снизиться на 5–7% по отношению к 2016-му, а фактор АЧС может внести непредсказуемые и плохо контролируемые изменения в баланс предложения на рынке.

Мясо птицы (бройлеров) останется самым дешевым белком животного происхождения, а значит, спрос на него, несмотря на негативные факторы в экономике, вряд ли упадет по отношению к 2016 году.

Определенным подспорьем для производителей мяса является доступная цена на урожай 2016 года, что позволит снизить долю затрат на корма и создать определенный задел резервов по себестоимости продукции.

В любом случае, производителям мяса будет необходимо готовиться к снижению рентабельности производства и уделять самое пристальное внимание каналам продаж, потому что именно возможности по реализации продукции станут одним из ключевых факторов успеха в 2017 году.



Анна
Валуева

– Аналитиками «Текарт» рассматриваются два возможных сценария развития мясной отрасли в 2017 году: умеренно-оптимистичный и пессимистичный. Основными условиями реализации умеренно-оптимистичного варианта станут стагнация курса доллара на уровне 60–65 рублей; замедление темпов инфляции в 2017 году в сравнении с 2016-м на 2–4%; снижение темпа сокращения реально располагаемых денежных доходов населения; рост средних цен на основные виды мяса. В этом случае мясная отрасль в 2017 году может продемонстрировать положительную динамику на

Согласно приоритетному государственному проекту «Экспорт продукции АПК» объем российского экспорта мяса и мясных субпродуктов, который в прошлом году находился на уровне 0,2 млрд долларов, в 2017-м должен увеличиться до 0,25 млрд, к 2018-му – до 0,32 млрд, к 2020-му – до 0,5 млрд, а к 2025-му достичь 1,75 млрд долларов.

уровне 2–3%, при этом объем рынка в натуральном выражении достигнет 10,8 млн т.

Пессимистичный прогноз, в свою очередь, предполагает развитие отрасли при следующих условиях: ухудшение общего политического фона ввиду внешнеполитической деятельности России; дальнейшее ухудшение инвестиционного климата в стране, отток капитала; новый скачок курса доллара до уровня 80–100 руб./долл. США; сокращение ВВП на 3% и более; пролонгация действия санкций с ограниченностью доступа к зарубежному финансированию; ускоренная инфляция. Важными предпосылками станут также рост тарифов на энергоносители; увеличение налоговой нагрузки на бизнес; отсутствие долгосрочной программы экономического развития страны, несогласованность в действиях высших государственных органов; продолжение сокращения покупательской способности населения.

В рамках пессимистичного сценария положительная динамика развития мясной

отрасли в 2017 году маловероятна, потребление сохранится на уровне 2016-го. При этом, согласно оценке «Текарт», дно рынка было пройдено в минувшем году, дальнейшее снижение его объемов в натуральном выражении не предвидится.

– В прошлом году наибольшее падение показала категория колбасных изделий. Как вы оцениваете перспективы сегмента в 2017-м? Какие продукты выигрывают в кризис, а какие – наоборот?



Дмитрий
Судариков

– В 2017 году тренд на снижение потребления колбасной продукции может продолжиться, но при этом процесс будет происходить неравномерно по разным категориям и ценовым сегментам. В первую очередь падение ожидает те сегменты, которые легко заменяемы в потребительской корзине на аналогичные по цене виды мяса (свинину и птицу).

Выигрывают в кризис продукты, которые сохраняют привычные и стабильные для потребителей качество и вкус. И, конечно, сильный бренд, пользующийся высокой лояльностью и доверием потребителей, также является гарантом роста объемов продаж даже в кризис.



Ольга
Ялова

– В 2017 году в структуре потребления по-прежнему в приоритете будет мясо птицы, за последние годы данный сектор показал свой устойчивый рост. Говоря о структуре спроса на российском колбасном рынке, следует отметить существенный перевес в пользу более дешевой продукции. Согласно опросам больше экономить на еде за последние полгода стали 41% россиян. Данные цифры показывают, что рост продаж будет наблюдаться только в экономическом сегменте за счет перераспределения потребления в сегменте среднем и премиальном, на фоне общего уменьшения потребления колбасной продукции.

В 2017 году тренд на снижение потребления колбасной продукции может продолжиться, но при этом процесс будет происходить неравномерно по разным категориям и ценовым сегментам.

Согласно опросам больше экономить на еде за последние полгода стали 41% россиян. Данные цифры показывают, что рост продаж будет наблюдаться только в экономичном сегменте за счет перераспределения потребления в сегменте среднем и премиальном.



Дарья
Снитко

– Мясопереработка в целом – самый перспективный сегмент для мясных компаний, поскольку именно здесь можно развивать продажи продукции с высокой добавленной стоимостью. Внутри сегмента на долю упакованных натуральных полуфабрикатов будет приходиться все больший объем продаж.



Артём
Хасанов

– На фоне спада реальных доходов населения, достигнувшего 4,3% в 2015 году и 5,3% в первые десять месяцев 2016-го, спрос покупателей смещается в пользу мяса птицы, отличающегося наибольшей ценовой доступностью. Потребление говядины, наоборот, снижается. Другая важная тенденция – сдвиг потребительских предпочтений в сторону свежего мяса, происходящий из-за популярности здорового образа жизни и высокой стоимости колбасных изделий: к примеру, цена на вареную колбасу в два раза выше, чем на мясо курицы (347 руб./кг против 157 руб./кг).

Все это бьет по интересам производителей колбасных изделий, в 2015 году сокративших выпуск на 3,8% (до 2443 тыс. т), а за первые 10 месяцев 2016-го – на 2,3% (до 1994 тыс. т). На их самочувствии негативно отражается и запрет на импорт нитритной соли, которая используется для придания колбасе розового цвета. В России нитритная соль не производится, а потому она импортировалась, в основном, из Германии, Дании и Нидерландов. Когда у производителей колбасных изделий закончатся запасы нитритной соли, им придется менять рецептуру и даже снимать с производства некоторую продукцию. В этой связи 2017 год они вряд ли закончат с ростом.



Константин
Корнеев

– Скорее всего, колбасные изделия продолжат падать в продажах и в 2017 году.

Тому есть несколько объективных причин. Первая – это падение доходов населения и, как следствие, сокращение частоты покупок. Вторая – снижение качества.

Напомню, что в последние два года на фоне падения продаж закупщики сетей и дистрибьюторов требовали от производителей все более и более дешевые товары, которые можно произвести только за счет снижения качества. В результате на полках оказалось большое количество фактически фальсифицированных продуктов, а потребитель, оценивая альтернативы покупки, справедливо считает, что лучше он за 300 рублей купит почти три кг свежей курятины, нежели батон вареной колбасы сомнительного качества. Главное к чему приводит такая политика – снижение доверия покупателей к товарной категории. На то, чтобы его восстановить, уйдет несколько лет, в течение которых на рынке должна быть стабильно представлена качественная продукция.

Что касается перспективных товарных позиций, которые будут востребованы покупателями в ближайшие годы, то к таким можно отнести охлажденные кулинарные изделия и «домашние» полуфабрикаты, например купаты, колбаски для жарки, котлеты, зразы. Эта товарная категория не имеет таких негативных коннотаций в сознании потребителей, как колбасные изделия. В целом, потребители весьма положительно относятся к охлажденным кулинарным изделиям, считая их натуральными и удобными в приготовлении продуктами.



Анна
Валуева

– Рынок колбасных изделий демонстрирует отрицательную динамику с 2014 года. По итогам прошлого года его падение оценивается «Текарт» в 2,3%, а объем – в 2,4 млн т. Данная тенденция объясняется перераспределением потребления домохозяйствами продуктов питания в кризисный период на фоне снижения реальных располагаемых доходов: сокращение потребления колбасных изделий в пользу натуральной мясной продукции, обладающей лучшими питательными характеристиками, а также более универсальной с точки

зрения возможностей использования для приготовления различных блюд.

Начиная с 2017 года, прогнозируется стабильное увеличение реальных располагаемых доходов населения в среднем на 1%. Это отразится и на потребительской корзине – на рынке колбасной продукции ожидается возобновление положительной динамики на уровне 1–1,5%.

Что касается товарной сегментации рынка, то в кризисный период увеличилась доля потребления вареных колбасных изделий, в том числе фаршированных, составляющая более 60% от общего объема (на 1,8% с 2013-го по 2016 год). Это обусловлено более низкой стоимостью продукции данной товарной группы. Наибольшее сокращение спроса в натуральном выражении было отмечено в сегменте копченых и сыровяленых колбас (на 1,5% за аналогичный период).

– На что ориентироваться? Потребление стабилизируется или продолжит падать? Ассортиментная линейка: расширять или сокращать? Искать способы продления срока годности упакованного продукта или делать ставку на свежие продукты, не рассчитанные на длительное хранение? Соглашаться на условия торговых сетей или развивать альтернативные каналы продаж?



Дмитрий
Судариков

– По разным категориям мясного рынка будут продолжаться уже имеющиеся тренды, поэтому и подход к ним может быть разным. Сбалансированный ассортимент – мечта каждого производителя. И в текущих условиях чем четче сфокусирован ассортимент, тем больше шансов на стабильные и эффективные продажи. Однако и внутри категорий мясного рынка также есть растущие сегменты, в которых имеет смысл расширять предложение. Например, охлажденные полуфабрикаты, полуфабрикаты для дальнейшего приготовления или уже готовые продукты. Крупным производителям стоит увеличивать долю продаж через сетевую розницу, через распределительные центры, наращивать долю регио-



Дмитрий Судариков:

«Сбалансированный ассортимент – мечта каждого производителя. И в текущих условиях чем четче сфокусирован ассортимент, тем больше шансов на стабильные и эффективные продажи».

нальных продаж. Все это влечет за собой требования к увеличению сроков годности свежей продукции (птица, охлажденные полуфабрикаты).



Ольга
Вялова

– При сохранении текущего соотношения цен на колбасные изделия и мясо потребление колбасных изделий продолжит сокращаться. При этом рост потребления мяса также замедлится. Потребление мяса в России еще не достигло рекомендуемой нормы и уровня развитых стран, но уже приближается к данной величине.

Ассортиментная линейка колбасных изделий будет сокращаться, так как производителю выгодно иметь узкую линейку для оптимизации затрат на производство и продвижение. Кроме того, развитие организованной розницы предполагает ограниченную ассортиментную матрицу.

Развитие сетей также диктует необходимость увеличения времени хранения, так как по условиям поставки и срокам логистики продукты с краткими сроками становятся неконкурентоспособны. Несмо-

тря на растущую долю сетей, отказываться от других каналов продаж довольно рискованно. Поэтому оптимальным является сохранение нескольких каналов продаж. Для компании «Тавр» стратегически верным и успешным было решение развивать собственную фирменную сеть «Тавровские мясные лавки», которая в результате занимает значительную долю в продажах и помимо этого помогает в продвижении продукции и сохранении лояльности потребителей.



Дарья
Снитко

– Если сравнить стандартный прилавок европейского и российского магазина, то станет ясно, куда можно двигаться отрасли в целом. В частности, в регионах еще очень редко можно встретить качественно упакованное красное мясо, хотя в сегменте птицы охлажденные упакованные полуфабрикаты уже почти вытеснили замороженное мясо и потеснили тушку. В условиях стагнации спроса на мясо в целом игроки рынка будут развивать продажи во все каналы, в том числе фирменную розницу, рынки, сети.

На фоне спада реальных доходов населения, достигнувшего 4,3% в 2015 году и 5,3% в первые десять месяцев 2016-го, спрос покупателей смещается в пользу мяса птицы, отличающегося наибольшей ценовой доступностью.

Рынок колбасных изделий демонстрирует отрицательную динамику с 2014 года. По итогам прошлого года его падение оценивается «Текарт» в 2,3%, а объем – в 2,4 млн т.



Артём
Хасанов

– В 2017 году возобновится рост реальных доходов населения, темпы которого, по данным базового прогноза Минэкономразвития, составят 0,2%. В силу этого рынок мяса перейдет от стагнации к умеренному росту, прогнозируют аналитики IndexBox. После сокращения в 2016 году на 0,2% (до 7,6 млн т) потребление мяса в 2017-м ждет рост в пределах 1,5%. Основным драйвером будет служить увеличение спроса на птицу, тогда как потребление говядины и свинины останется на уровне 2016 года.



Константин
Корнеев

– В 2017 году производителям мяса лучше исходить из того, что основная масса их покупателей точно не богатеет. Соответственно, и работу с ассортиментом необходимо вести с учетом данного фактора. Так, вполне оправдан вывод на рынок новых линеек продуктов эконом-класса и продуктов в «семейной упаковке». Важно учитывать, что их лучше выпускать под новыми брендами, чтобы у потребителей не возникало противоречий относительно того, почему привычная для них марка стала вдруг дешевле или, наоборот, сильно подорожала, перейдя в премиум-сегмент. Еще одна польза от диверсифицированного марочного портфеля – расширение полочного пространства. Так, например, выпуская две марки продукции из мяса птицы (одна – для обычной продукции, другая – для халяля), производитель может фактически удвоить свое присутствие на полке.

Что касается сроков годности, то здесь производителям необходимо учитывать баланс между временем, за которое товар уходит с полки, и логистическим охватом системы продаж. Соответственно, чем больше срок хранения продукта, тем реже его поставки в розницу. Так что, например, увеличивать сроки годности продукции из мяса птицы нецелесообразно: это товар с высокой оборачиваемостью, а вот пролонгировать сроки хранения говядины и баранины вполне оправданно. При этом нельзя

Ассортиментная линейка колбасных изделий будет сокращаться, так как производителю выгодно иметь узкую линейку для оптимизации затрат на производство и продвижение.

Если сравнить стандартный прилавок европейского и российского магазина, то станет ясно, куда можно двигаться отрасли в целом. В частности, в регионах еще очень редко можно встретить качественно упакованное красное мясо.

забывать, что производитель несет ответственность за сохранение потребительских свойств и безопасность товара в течение всего срока годности.

Работая с каналами реализации, никак нельзя отбрасывать фактор поставок в торговые сети. На их долю приходится от 55 до 70% общего объема реализации мясной продукции. Поэтому умение выстраивать поставки в торговые сети является одним из наиболее сильных конкурентных преимуществ производителей. Отдавать приоритет другим каналам реализации (линейная розница, HoReCa и т. д.) целесообразно только небольшим предприятиям: например фермерским хозяйствам.

– Стоит ли российским экспортерам рассчитывать на китайский рынок? В каких еще странах мы заинтересованы и что можем им предложить?



Дмитрий Судариков

– Китайский рынок сам по себе интересен в связи многочисленным населением и постоянным ростом потребления мяса во всех сегментах. Однако наибольшие перспективы я вижу для производителей свинины – в случае если в 2017 году у них появится возможность поставок на экспорт. Перспектив продаж птицы из РФ в Китай на сегодняшний день я не вижу, так как основная потребность рынка закрывается местными производителями. К тому же потребитель и рынок в целом ориентирован на охлажденную продукцию. А возможности ее экспорта в КНР минимальны с учетом сроков годности и сложной логистики.

Вместе с тем, в 2017 году рост производства птицы в России по-прежнему будет опережать рост уровня потребления, именно она станет основным направлением экспорта. Открытие границ для российских производителей будет зависеть от текущей конъюнктуры рынка конкретных государств (соотношение производства и потребления), уровня предлагаемых цен поставки, кросс-курсов валют, а также технического соответствия продукции требованиям, предъявляемым в стране предполагаемых поставок.



Ольга Вялова

– Основным экспортным рынком для отечественных производителей мясной продукции по-прежнему являются страны СНГ, которые в совокупности потребляют 33% российского мяса, на Казахстан приходится 31%.



Дарья Снитко

– Очень надеюсь, что Китай разрешит ввоз свинины российскими компаниями уже в 2017 году. Главной проблемой в решении данного вопроса по-прежнему остается АЧС.

Я думаю, что отечественные производители могут быть конкурентоспособны как на рынках Азии, так и Африки, предлагая различные продукты, например охлажденное мясо, консервы, субпродукты.



Константин Корнеев

– Работу с Китаем всегда сложно прогнозировать: слишком много факторов, в том числе не вполне очевидных, необходимо принимать во внимание. Можно лишь сказать, что в 2017 году Китай почти наверняка не разрешит поставку российской свинины из-за ситуации с чумой свиней. Что касается мяса бройлеров, то все предпосылки для начала сотрудничества у наших стран есть, так что решение остается в плоскости соответствующих государственных органов России и Китая.

На сегодняшний день российские производители мясной продукции уже осуществляют поставки или имеют разрешения на экспорт в более чем 30 стран мира, в том числе Египет, Иорданию, Экваториальную Гвинею, Вьетнам, Гонконг, Сербию. Так что о насущной потребности открыть для ввоза еще какие-то страны речь пока не идет. Скорее нужно говорить о том, что объемы нашего экспорта незначительны, из-за чего Россия еще не воспринимается на мировом рынке как регулярный поставщик мясной продукции.

Выводы и прогнозы от президента Мясного союза Мушега Мамиконяна:

I. Долгосрочная тенденция снижения покупательной активности населения.

II. Изменения в потребительских предпочтениях и розничных форматах (рост доли дискаунтеров).

III. Этап высокой рентабельности с 2016 года сменится на этап роста конкуренции и снижения доходности в мясной отрасли.

IV. Стагнация и снижение потребления мяса и мясопродуктов.

V. Сокращение сельскохозяйственных потерь и пищевых отходов крайне важны для устойчивого развития.

VI. Компании, экспертное сообщество и регуляторы недооценивают биологические риски, которые значительно более существенно могут корректировать поступательное развитие мясных отраслей.



Ольга Вялова:

«Основным экспортным рынком для отечественных производителей мясной продукции по-прежнему являются страны СНГ, которые в совокупности потребляют 33% российского мяса, на Казахстан приходится 31%».

Наибольшим экспортным потенциалом обладает мясо птицы. Однако далеко не всегда его экспорт экономически оправдан – зачастую цена на внутреннем рынке более привлекательна, чем на внешних. Плюс у многих стран-покупателей есть свои специфические требования. Например, на Ближнем Востоке предпочитают мелкую тушку (весом от 0,9 до 1,3 кг) с обязательным соблюдением требований халяль. Все это требует от предприятий определенных инвестиций в организацию производства продукции, предназначенной на экспорт.

С точки зрения объемов предложения, российские компании могут их довольно оперативно увеличить, однако нужно учитывать тот факт, что Россия еще только выходит на внешние рынки и понадобится определенное время на то, чтобы выстроить устойчивые схемы поставок и сформировать пул лояльных клиентов.



Анна
Валуева

– Перспективы выхода на рынок Китая на сегодняшний день рассматриваются многими крупнейшими производителями мяса. В текущих условиях снижения спроса на фоне падения уровня жизни российских граждан экспорт мог бы стать возможностью для увеличения товарных оборотов.

Китай является крупнейшим в мире потребителем свинины, что обусловлено особенностями национальной кухни. Несмотря на значительный объем внутреннего выпуска, спрос на данную продукцию не может быть удовлетворен полностью внутри страны ввиду действующих в Китае ограничений на развитие свиноводства. Импорт мяса в страну ежегодно увеличивается.

Важным сдерживающим фактором для российского экспорта в Китай является высокий уровень конкуренции со стороны производителей из Европы, а также Бразилии, традиционно поставляющих мясо в КНР. Экспортные возможности крупнейших российских агропромышленных холдингов крайне малы в сравнении с зарубежными конкурентами, однако в долгосрочной перспективе данное направление могло бы стать весьма успешным, учитывая выгодное экономико-географическое положение России относительно Китая. Актуальной проблемой остается необходимость в сертификации отечественной продукции и получении соответствующих разрешений от Китая.

Что касается прочих направлений экспорта, то эксперты отрасли оценивают как весьма перспективные поставки отечественного мяса птицы в страны Ближнего Востока, что обусловлено высокой емкостью данных рынков, а также наличием опыта поставок в этом направлении у российских производителей. **МП**



INDUSTRY 4.0 READY Начните путь в цифровое будущее вместе с нами!

Шаг за шагом к Smart MEAT Factory

Smart Business Processes
Smart Automation
Smart Vision

Производство будущего - это «умный» элемент сети множества предприятий. Мы представим Вам уже сегодня возможность подготовки предприятия к производству будущего.

С нашими программными решениями, а также решениями для автоматизации процессов и технологиями анализа фотографических изображений, мы поддержим Вас на пути к Smart MEAT Factory. Поэтапно, шаг за шагом.

Приглашаем Вас принять участие в Food Business Days - международном семинаре с посещением предприятий, который пройдет 10 и 11 мая 2017 в Бельгии и Нидерландах.

000 «ЦСБ-Систем»
115054 Россия, Москва ■ ул. Валуева д. 30
Тел.: +7 (495) 641-51-56 ■ Факс: +7 (495) 641-51-56

197342 г. Санкт-Петербург,
ул. Белоостровская 2, офис 423
Тел.: +7 (812) 449-42-63
Факс: +7 (812) 449-42-64
e-mail: info@csb-system.ru
www.csb.com

