

Рынок замороженных полуфабрикатов: анализ, тенденции, прогноз

Д. Имамович

На российском агропродовольственном форуме, проходившем в рамках Международной выставки World Food Moscow-2007, одним из докладчиков был Дамир Имамович, вице-президент компании «Продукты питания» – крупнейшего российского производителя замороженных полуфабрикатов, хорошо знакомого нашим читателям и вообще специалистам отрасли. Мы приводим частичный текст доклада, который с высокой долей объективности отражает реальную ситуацию на рынке замороженных полуфабрикатов.

Сегодня российский рынок замороженных полуфабрикатов демонстрирует стабильный рост и, по оценке «Евромониторинга», в натуральном выражении в 2006 г. составил 642 тыс. т.

Однако, несмотря на этот достаточно позитивный факт, существуют и некоторые проблемы, с которыми сталкиваются компании, работающие в отрасли. Одна из них – отсутствие правильной классификации замороженных продуктов. Поэтому, когда российские и мировые исследовательские компании, российские государственные органы, в том числе министерства и ведомства, пытаются получить объективную картину по рынку заморозки, получается полный сумбур. На мой взгляд, крайне важно создать четкую классификацию продуктов этого сегмента рынка. Мы (компания «Продукты питания». – *Прим. ред.*), в свою очередь, уже два раза поднимаем этот вопрос на уровне Министерства сельского хозяйства Российской Федерации, потому что считаем, что правильная классификация позволит всем игрокам отрасли оперировать едиными и достоверными статистическими данными.

Другой проблемой для производителей является сложившийся у большинства потребителей стереотип относительно того, что заморо-

женный продукт вреден, так как он не свежий. Полагаю, что сегодня ошибочно считать, что свежий продукт приносит большую пользу. Данное суждение обусловлено низкой информированностью потребителей о новых технологиях производства замороженных полуфабрикатов, позволяющих вырабатывать продукты высокого качества, обладающий отличным вкусом.

Мировой рынок заморозки развивается гораздо стремительнее российского. Так, в США 70 % товаров на продовольственном рынке составляют замороженные продукты. В России же их доля составляет лишь 17 %.

В Америке и Европе уровень жизни и ее темпы диктуют новые правила, в том числе и в приготовлении пищи. Такие тенденции свидетельствуют о том, что сегодня обойтись без замороженных продуктов практически невозможно. Россия идет по аналогичному пути, но с определенным отставанием.

Несмотря на то, что доля замороженных полуфабрикатов в общем объеме продовольственного рынка России так незначительна, этот сегмент продолжает расти. В период 2005 – 2006 гг. он вырос на 20 %, в 2006 – 2007 гг. рост прогнозируется примерно на 13 – 14 %, в 2007 – 2008 гг. – на 11,6 – 12 %.

В последнее время в России замороженные продукты стали пользоваться

большим спросом со стороны потребителей. Это связано прежде всего с ростом доходов населения и повышением уровня жизни. За 2006 – 2007 гг. доход на душу населения России вырос примерно на 18 %. Учитывая рост темпов жизни, потребители постепенно приходят к убеждению, что замороженные продукты очень удобны. Для работающей женщины, имеющей семью и детей, это практически единственный способ, не прилагая больших усилий, вкусно и быстро накормить всю семью.

Как я уже отмечал, мировой рынок заморозки насыщен и уже практически не растет. В ближайшие три года в Европе и Америке рост ожидается 0,5 – 1 %, в Юго-Восточной Азии – 3 %, в Восточной Европе – около 9,9 %, а в России в следующем году – ориентировочно на уровне 11,6 – 12 %.

О ПЕЛЬМЕНЯХ...

Несмотря на стабильность и развитость мирового рынка заморозки, полностью перенять европейский опыт невозможно. Это связано с наличием на российском рынке замороженных полуфабрикатов чисто русских продуктов, таких, например, как пельмени. На сегодняшний день сегмент пельменей является абсолютным лидером в структуре рынка замороженных полуфабрикатов. В 2005 г.



из цены, то нет гарантии, что за самые большие деньги вы купите наилучший продукт. Фирменная упаковка также не может гарантировать высокое качество изделия. Именно поэтому 90 % потребителей выбирают продукцию узнаваемого и любимого ими бренда.

Несмотря на огромный ассортимент продуктов и производителей, сегодня наблюдается достаточно противоречивая ситуация. Такие крупные сети-дискаунтеры, как «Копейка» и «Пятерочка», начали демонстрировать потребность в продуктах класса «премиум», но найти их не могут. Эта тенденция коснется и рынка пельменей.

Категория «средний» будет стагнировать, а в категории «премиум» прогнозируется рост за счет выпуска пельменей с необычными начинками, например со смесями из мяса и овощей, с олениной и другими редкими видами мяса. Но в целом рост производства пельменей класса «премиум» принципиально на ситуацию на рынке не повлияет.

При этом необходимо учитывать зависимость производителей пельменей от цен на мировом рынке мяса, так как 70 % используемого для производства сырья является импортным.

на долю пельменей пришлось 51 % общей доли рынка, а в 2006-м – 46 %. Таким образом, сейчас в этой категории наблюдается спад, и, по нашим прогнозам, в 2007 – 2008 гг. роста в этом сегменте не будет.

В связи с наличием большого количества производителей этого популярного продукта, широким разбросом цен на него и разнообразием упаковок потребителю достаточно сложно сделать выбор. Если при этом исходить

begarat

VEMAG TRANS-RAPID -
ТЕРМООБРАБОТКА ПОЛНОГО ЦИКЛА

- Весь цикл термообработки за один шаг – готовый к упаковке охлажденный сухой продукт
- Быстрое преодоление «бактериологически опасных температур» - увеличение сроков реализации
- Оптимизация процесса варка-охлаждение – минимальные потери в весе
- Гибкая компактная система

НАСТОЯЩЕЕ КАЧЕСТВО НЕПОВТОРИМО.
Мы создаем его вместе с Вами.



Бюро г. Брухсаль
Тел.: +49(7251)441-490

Москва
Тел.: +7(495)540-25-20

Киев
+38(044)501-75-10

Новосибирск
Тел.: +7(383)334-03-94

Технический Центр
Тел.: +7(495)540-65-50

МЯСНЫЕ ЗАМОРОЖЕННЫЕ ПОЛУФАБРИКАТЫ

В последние годы этот сегмент демонстрирует стабильный рост. По розничным ценам рост составляет 18 %, а по объемам производства – 16 %, в то время как по некоторым категориям – только 13 %. Так, их доля в общем объеме заморозки в 2005 г. составила 18,8 %, в 2006 г. – 20 %, а в 2007 г. прогнозируется рост на 22 %. В стоимостном выражении в 2005 г. этот сегмент составлял 20 млрд рублей, в 2006-м – 24 млрд рублей, в 2007-м – 28 млрд рублей, а по прогнозам на 2008 г. – составит 32 млрд рублей.

Возвращаясь к вопросу о классификации, следует отметить, что производители мясных замороженных полуфабрикатов ощущают эту проблему особенно остро. Многие отраслевые специалисты пытаются анализировать этот рынок по категориям, т. е. по типам мяса, а также по типам переработки. Сегодня рынок работает в соответствии с классификацией, которая была создана 40 лет назад, и она не подходит для полуфабрикатов современного образца. По классификации, действующей в настоящее время на территории России, сырьем для промышленного производства является продукт, который в дальнейшем подвергается полной термической обработке. В основном это колбаса, сосиски или консервы.

Когда мы говорим о зразах из мяса курицы с грибной начинкой, то здесь возникают противоречия. Это продукт сложной переработки: мясо жарится только снаружи, оставаясь, при этом сырым внутри, а грибная начинка доведена до полной готовности. Как классифицировать сырье для производства этого продукта? Считать его предназначенным для промышленной переработки или для свободной реализации? Несмотря на то что зразы не подвергаются глубокой термической обработке, это промышленный про-



дукт. Из этого примера становится ясно, что устаревшая система классификации – это реальная проблема, с которой производитель сталкивается каждый день.

Сегодня категория замороженных мясных полуфабрикатов включает в себя множество различных продуктов, от котлет до мясных готовых обедов. Готовые обеды – это очень интересная и перспективная категория, которая, по прогнозам экспертов, в ближайшие годы будет динамично развиваться.

ПИЦЦА

Эта категория в последнее время также демонстрирует стабильный рост – ориентировочно 10 – 11 % и, по оценкам специалистов, он будет продолжаться. Общая доля пиццы по объемам бизнеса в 2007 г. составляет 5,5 %, а по рыночным ценам в 2006 г. составила порядка 2,4 млрд рублей. В прогнозах на 2007 г. – 2,7 млрд рублей, а на 2008-й – 3 млрд рублей. Рынок замороженной пиццы еще не насыщен, и сегодня в эту отрасль производители вкладывают новые инвестиции. В качестве примера можно

привести одного из российских производителей замороженной пиццы, который на своем заводе заканчивает монтаж линии по производству пиццы мощностью 2 т/ч. Это серьезная линия, даже по мировым меркам.

Что касается продукции иностранных производителей, то здесь на сегодняшний день наблюдается серьезный спад, и он продолжится, в связи с тем, что для иностранного производителя пиццы это достаточно дорогое удовольствие (оплата транспорта, таможенных пошлин и другие затраты). Все это дает возможность отечественному производителю вкладывать больше средств в производство и развивать эту категорию...

В своем докладе господин Имамочев касался и других категорий полуфабрикатов: замороженного теста, вареников, рыбы и морепродуктов, овощей и фруктов. В отношении всех этих категорий наблюдается значительный рост как в абсолютном, так и в стоимостном выражении. Мы не публикуем эту часть выступления, так как она в меньшей степени имеет отношение к мясоперерабатывающей отрасли. Но и без этого поводов для раздумий хоть отбавляй. Ну а главный вывод очевиден: рост рынка замороженных полуфабрикатов не остановить и еще долгое время такие продукты будут востребованы потребителем. Стоит лишь сделать упор на сегмент «премиум» и, конечно же, разнообразить ассортимент продукции.

