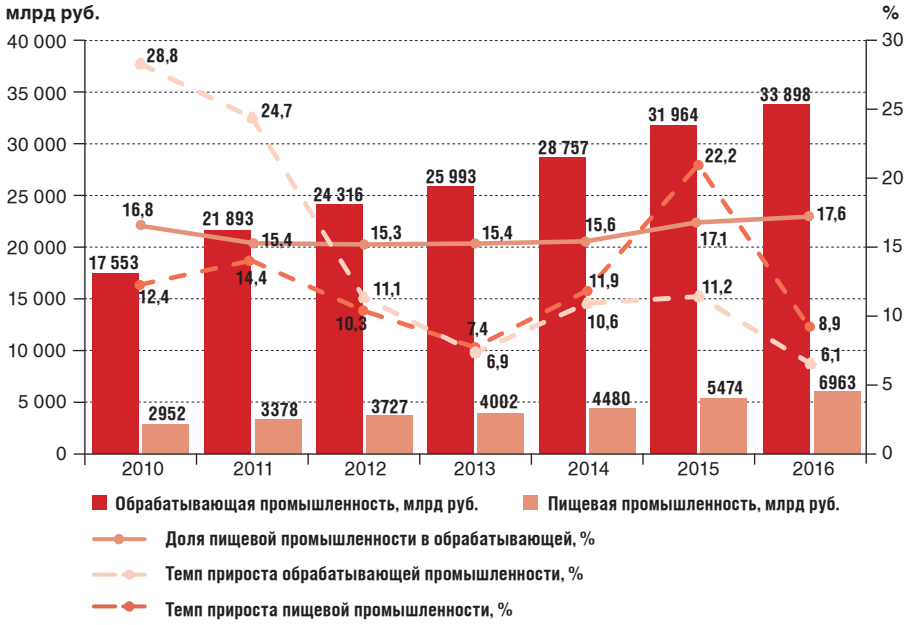
ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Российская пищевая промышленность на сегодняшний день — один из наиболее активно развивающихся секторов экономики страны. Являясь частью обрабатывающей промышленности, за последние четыре года она стала одним из ключевых ее драйверов.

Если до кризиса 2013 г. в пищевой промышленности темпы роста в денежном выражении были ниже, чем у всей обрабатывающей промышленности, то наступление кризиса во второй половине 2013 г. и последующее введение санкций на экспорт продовольствия в Россию привели к тому, что она начала расти опережающими темпами. И если после кризиса 2008 г. структурная доля пищевой промышленности в добывающей отрасли падала, то по итогам 2016 г. она составила 17,6% — за период с 2013 г. по конец 2016 г. она выросла на 2,2 п.п. (рис. 1).

Доля пищевой промышленности в обрабатывающей увеличивается во всех регионах, из которых можно выделить три, где пищевая промышленность — одна из ключевых: на ее долю приходится более 25% всей обрабатывающей промышленности в ЮФО, СКФО и ДФО (табл. 1). Эти регионы традиционно являются лидерами в связи с развитием в них сельского хозяйства и рыболовства. Более 1/5 обрабатывающей промышленности приходится на ЦФО, где сосредоточено значительное количество производственных площадок российских и зарубежных компаний.

Рис. 1. Динамика отгрузок продукции, произведенной российской обрабатывающей и пищевой промышленностью (в денежном выражении)



Существенный прирост отгрузок своей продукции в 2015 г. показала пищевая промышленность всех федеральных округов, однако наиболее высокие темпы ее развития в трех регионах привели к тому, что за 2014–2016 гг. произошли изменения в общей структуре отгрузок пищевой промышленности России — СЗФО (+0,5 п.п.), ЮФО (+0,3 п.п.) и ДФО (+0,6 п.п.).

Несмотря на реализацию программы импортозамещения и рост российской пищевой промышленности в 2013–2016 гг., на долю импорта и запасов приходится существенный объем реализации продовольствия. Но при этом доля импорта в товарных запасах розничной торговли продуктами питания ежегодно сокращается: если в 2013 г. она оставляла 36%, то в 2016 г. и первом квартале 2017 г. уже всего 23%. Начиная с 2013 г. российское производство растет опережающими темпами по сравнению с реализацией. По итогам 2016 г. доля российского текущего производства в общем объеме реализации продовольствия составила почти половину и выросла на 8,2 п.п. за период 2013–2016 гг.

Таблица 1. Доля отгрузок продукции пищевой промышленности в общих отгрузках добывающей промышленности (в денежном выражении)

Федеральный округ	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Российская Федерация	16,8%	15,4%	15,3%	15,4%	15,6%	17,1%	17,6%
Центральный	23,3%	21,7%	21,3%	20,5%	19,8%	22,5%	22,2%
Северо-Западный	14,3%	12,2%	12,4%	12,4%	13,1%	15,3%	15,8%
Южный	26,3%	24,3%	23,5%	23,4%	23,6%	25,1%	25,6%
Северо-Кавказский	36,9%	36,1%	39,4%	36,2%	39,4%	38,5%	39,0%
Приволжский	11,5%	10,5%	10,8%	11,2%	12,0%	12,9%	13,9%
Уральский	6,7%	6,2%	6,2%	6,6%	7,1%	6,7%	7,1%
Сибирский	14,8%	14,3%	14,2%	14,5%	13,9%	14,1%	14,5%
Дальневосточный	37,8%	34,3%	33,7%	32,5%	29,8%	37,8%	40,8%
Крымский (до 28.06.2016)	x	x	x	x	x	52,2%	45,1%

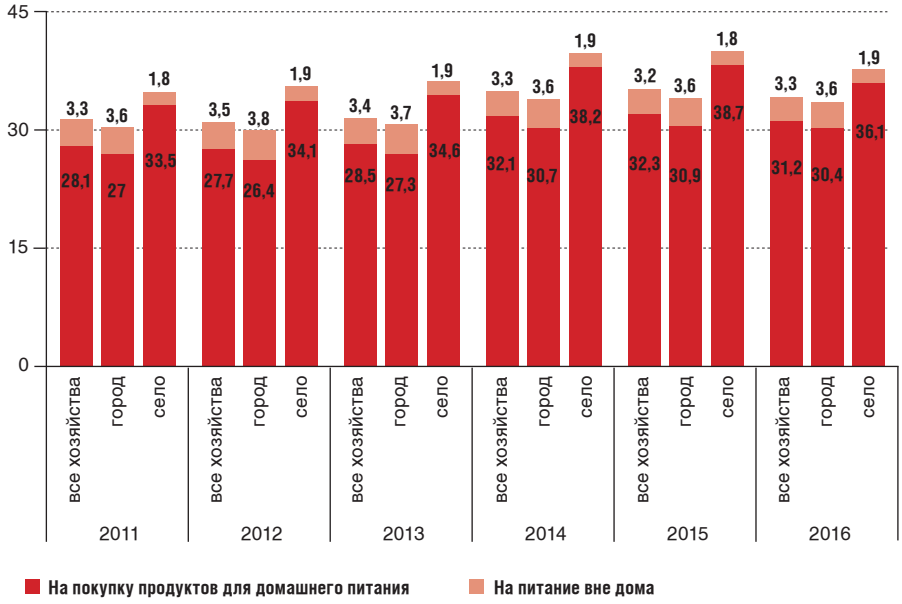
(рис. 2). Остальной объем приходится на импорт и запасы.

Оборот розничной торговли продовольственными товарами превышает объем реализации продуктов питания, произведенных предприятиями пищевой промышленности, за счет продукции, реализуемой частными лицами и индивидуальными предпринимателями на рынках и ярмарках. Доля такой продукции в обороте розничной торговли ежегодно растет — с 10,7% в 2010 г. до 14,1% по итогам 2016 г. Указанный тренд свидетельствует прежде всего о росте активности населения в сфере производства продуктов питания на приусадебных участках и их реализации для получения дополнительного дохода, что связано с влиянием кризисов 2008 и 2013 гг. В силу небольшой доли частных лиц и индивидуальных предпринимателей в обороте розничной торговли темп роста розничной торговли практически повторяет темпы роста реализации продукции предприятиями.

Существенный рост оборота розничной торговли продовольственными товарами в 2014–2015 гг. был связан прежде всего с ростом цен производителей и временным дефицитом некоторых продуктов питания на рынке в связи с введением санкций и «перенастройкой» российской пищевой промышленности. С начала 2016 г. ситуация постепенно стабилизировалась, что привело к замедлению темпов роста российской розничной торговли.

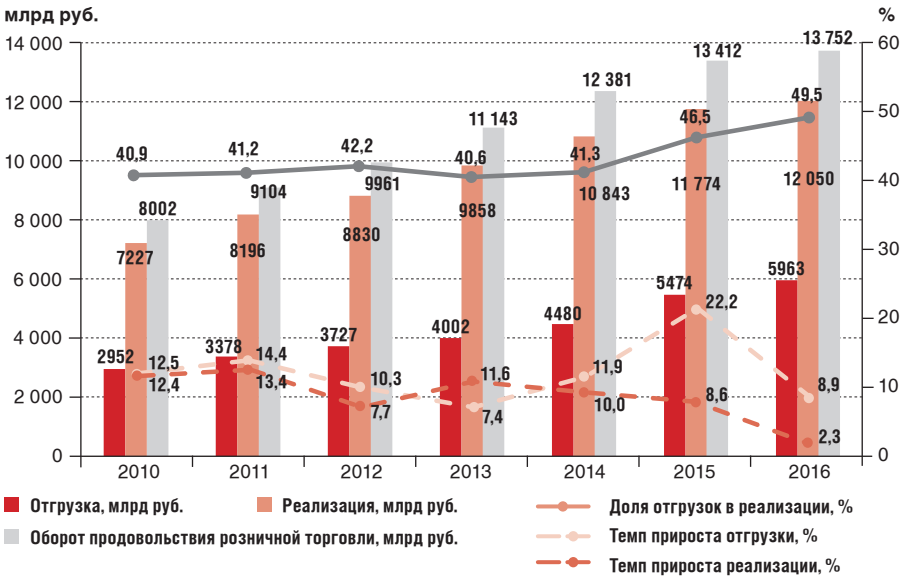
Рост цен одновременно с продолжающимся влиянием кризиса привел и к изменению структуры расходов потребителей: в 2015–2016 гг. наблюдался рост доли затрат на питание дома, в то время как доля затрат на питание в кафе и ресторанах практически неизменна (рис. 3).

Рис. 3. Изменение доли расходов на домашнее питание и питание вне дома в структуре потребительских расходов населения



Доля затрат на питание у городского населения значительно ниже, чем у сельского, что связано прежде всего с более высокими доходами и лучшими возможностями трудоустройства в городах. Также за анализируемый период по всем децильным группам населения выросли доли расходов на молоко и молочную продукцию, сахар и кондитерские изделия, хлеб и хлебобулочные изделия. Потребление именно этих категорий товаров увеличивает расходы населения в первую очередь при снижении уровня доходов, так как молоко и хлеб являются традиционными российскими относительно недорогими продуктами питания, имеющими высокую пищевую ценность, а сахар и кондитерские изделия, как показал кризис 2008 г. и текущая тенденция, — для населения это «лекарство от стресса». Прежде всего в такой ситуации растет потребление карамели и недорогих шоколадных конфет. По сравнению с 2013 г. в 2016 г. на 18% выросло производство карамели с молочными и молочно-ореховыми начинками, шоколадной глазурью, на 55% карамели с фруктовыми, ягодными, фруктово-ягодными и желейными начинками и на 22% традиционных шоколадных конфет (без алкоголя). Одновременно с этим потребление мяса, рыбы и продуктов из них выросло только у децильных групп с шестой по десятую, что позволяет говорить о снижении уровня доступности этих продуктов питания у менее обеспеченных слоев населения, перераспределивших часть своих доходов на указанные ранее товарные категории.

Рис. 2. Доля российского производства в реализации пищевой продукции и напитков (в денежном выражении)



Реализация программы импортозамещения привела к росту или сохранению объемов производства российскими сельскохозяйственными и рыболовецкими предприятиями.

Следствием этого стало увеличение или сохранение объемов производства продуктов питания из сырья, производимого предприятиями пищевой промышленности в 2013–2016 гг.

В результате роста объемов производства среднегодовые мощности российских предприятий пищевой промышленности, занимающихся переработкой мяса и молока, выросли. Также отмечается рост загрузки мощностей предприятий, основным сырьем для которых является мука. Спрос на нее всегда растет в кризисное время за счет роста потребления населением хлеба, хлебобулочных и макаронных изделий.

Всплеск деловой активности в 2015 г. под влиянием программ импортозамещения и государственной поддержки не при-

Рис. 4. Количество предприятий пищевой промышленности

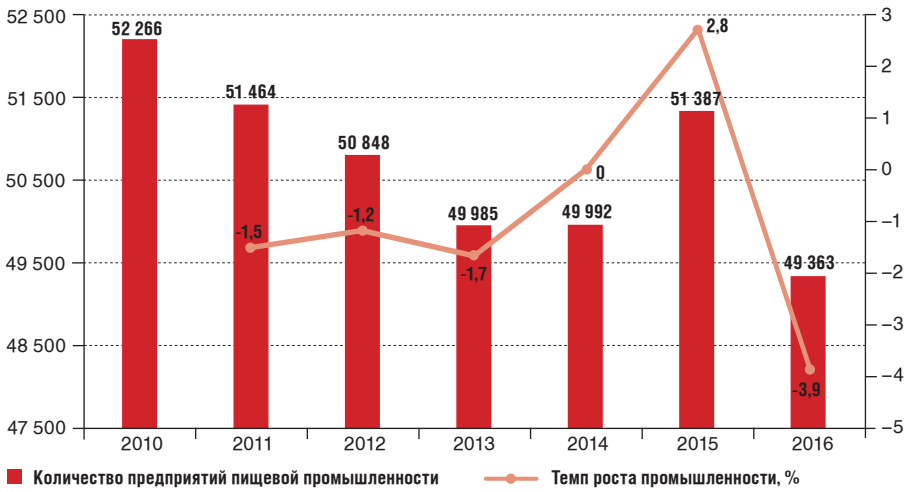
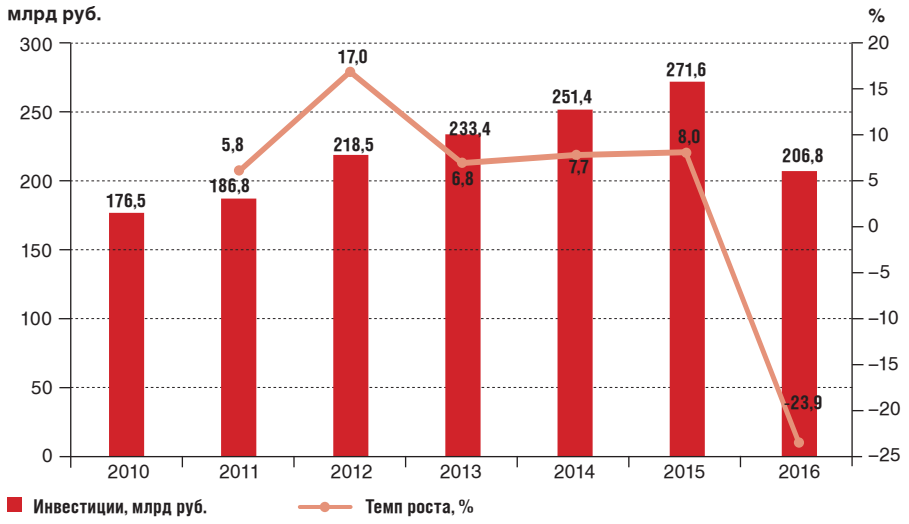


Рис. 5. Инвестиции в основной капитал пищевой промышленности, млрд руб.



вел к долгосрочному изменению количества игроков отрасли (рис. 4). В 2016 г. на 4437 вновь открывшихся предприятий пришлось 6461 закрывшееся. Для сравнения: в 2015 г. — 4760 и 3297 предприятий соответственно.

К прочим формам относятся иностранная и совместная иностранная форма собственности. Как видно, основная доля предприятий приходится на частные, при этом за анализируемый период их структурная доля после роста в 2015 г. вернулась к показателю 2014 г.

Инвестиции в основной капитал предприятий пищевой промышленности продолжались, несмотря на кризис, стимулируемые импортозамещением и открытием новых предприятий (рис. 5). Но в 2016 г. тренд пошел вниз, что связано с замедлением темпов проста пищевой промышленности после ее активной перестройки в 2014–2015 гг. В целом же структурная доля инвестиций в пищевую промышленность в рамках добывающей отрасли стабильна и находится в пределах 11,8–12,1%.

Развитие пищевой промышленности приводит к изменению объемов производства в региональном разрезе. Можно говорить о наличии привязки пищевой промышленности к сырьевой базе, то есть к местам производства сельскохозяйственной и рыболовной продукции.

Традиционными лидерами по производству рыбы и продуктов ее переработки остаются ДФО и СЗФО, при этом ДФО увеличивает свою структурную долю за счет роста объемов производства всех видов рыбы и рыбной продукции, кроме рыбы полугорячего копчения (рис. 9). ЦФО является практически монополистом в производстве рыбы полугорячего копчения, в 2016 г. вытеснив из этого направления рыбопереработки СЗФО и ЮФО. Также позиции ЦФО сильны в производстве других видов переработанной рыбной продукции. На производстве рыбы прямого посола и маринованной (кроме сельди) также специализируется СФО, а на сушеной и вяленой — ЮФО.

Производство мяса и мясной продукции также имеет свою географическую специализацию. Лидером по всем направлениям является ЦФО, увеличивающий свою структурную долю, на втором месте — ПФО, на третьем — СЗФО. Доли ДФО и КФО (до входа в ЮФО) минимальны. Практически по всем направлениям в 2016 г. ЦФО укрепил свое лидерство.

Ситуация с производством молока и молочной продукции близка к структуре производства мяса и мясной продукции — лидерами являются ЦФО, ПФО и СЗФО, где расположены основные производственные мощности крупных молочных производителей.

Таблица 2. Динамика импорта продуктов питания на российский рынок, тыс. т

Продукция	2014	2015	2015 к 2014	2016	2016 к 2015
Мясо свежее и мороженое (без мяса птицы)	1015	747	–26,4%	626	–16,2%
Мясо птицы свежее и мороженое	455	255	–44,0%	224	–12,2%
Рыба свежая и мороженая	650	401	–38,3%	358	–10,7%
Ракообразные и моллюски	90,9	47,4	–47,9%	57,2	20,7%
Молоко и сливки, сгущенные	194	205	5,7%	230	12,2%
Масло сливочное и прочие молочные жиры	150	95,9	–36,1%	102	6,4%
Готовые или консервированные продукты из мяса	61,9	19,1	–69,1%	20,2	5,8%
Готовая или консервированная рыба	119	79,4	–33,3%	59,6	–24,9%
Сахар-сырец	666	507	–23,9%	259	–48,9%
Сахар белый	289	445	54,0%	270	–39,3%
Какао-бобы	60,9	45,3	–25,6%	47,8	5,5%
Шоколад и прочие готовые пищевые продукты, содержащие какао	129	72,1	–44,1%	75,1	4,2%

Региональная структура производства кондитерских изделий (без мучных кондитерских изделий) показывает, что лидером также является ЦФО, увеличивший свою долю в 2016 г. Как говорилось ранее, в кризис всегда возрастает потребление и, следовательно, производство карамели и конфет. Расположение производственных мощностей ключевых игроков кондитерского рынка (преимущественно холдинговых структур) в ЦФО позволяет обеспечивать им широкое покрытие рынка. В отличие от других сфер, в данном случае велика доля ДФО, существенны доли СФО и СЗФО, где также расположены производственные мощности ключевых игроков рынка.

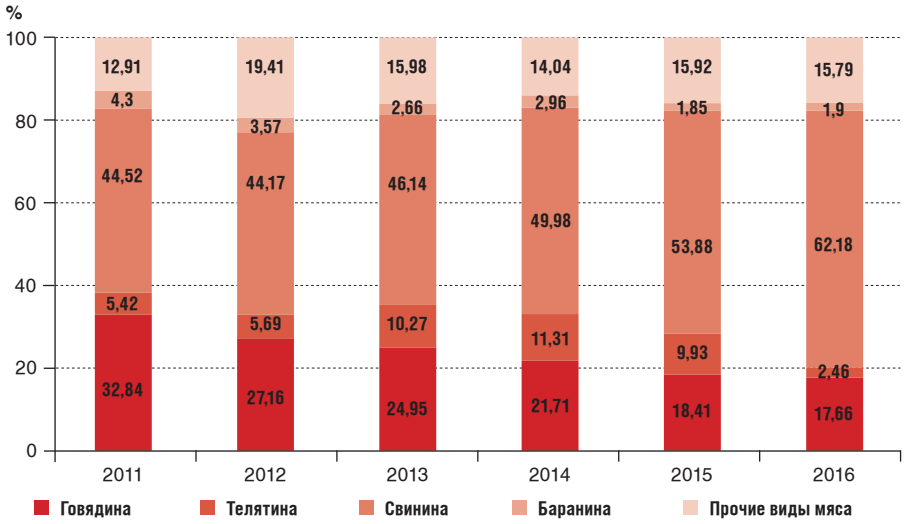
Региональная структура производства мучных кондитерских изделий имеет сильную сырьевую привязку, по этой причине существенные объемы производства приходятся на СФО и ПФО, а также ЦФО, где сосредоточены крупные производственные площадки. Лидерство по производству ромовых баб традиционно сохраняет СЗФО, несмотря на падение структурной доли. Продукция ДФО представлена в минимальном объеме.

Как было сказано ранее, доля импорта на рынке сокращается, что связано с ростом внутреннего российского производства, существенно потеснившего импортную продукцию после введения санкций. Падение импорта выявлено практически по всем товарным категориям (табл. 2).

Изменения в производстве приводят к структурным изменениям и в ассортименте розничной торговли.

Произошел существенный рост доли свинины, что связано со снижением средних цен на нее за счет существенного роста внутреннего производства при росте цен на говядину и практически неизменном объеме ее производства (рис. 6).

Рис. 6. Структура розничных продаж мяса (в % от оборота розничной торговли в денежном выражении)



Структура розничных продаж мясной продукции меняется под влиянием изменений в поведении потребителей, которые переключаются с мясной продукции на мясо и все больше потребляют полуфабрикатов. В целом же структура достаточно стабильна, объемообразующими категориями являются колбасы вареные и полукопченые и сосиски и сардельки.

Как и в случае с мясной продукцией, структура розничных продаж рыбной продукции также достаточно стабильна. Основные товарные категории — это консервы и пресервы и рыба соленая, маринованная и копченая, являющиеся более доступными для потребителей, чем рыба живая, охлажденная и замороженная.

Розничные продажи молока и молочной продукции также имеют достаточно стабильную структуру, но с ростом собственного производства при одновременном росте цен увеличилась доля сыров. Еще двумя объемообразующими категориями являются кисломолочная продукция (доля в ней йогуртов достигла в 2016 г. 40,34%) и питьевое молоко.

Подводя итоги, можно с уверенностью говорить о том, что российская пищевая промышленность в 2015–2016 гг. начала восстанавливаться после кризиса. Введение санкций и запуск программ импортозамещения помогли сделать существенный прорыв во внутреннем производстве, в результате которого не только повысился уровень самообеспеченности страны продовольствием, но и произошли структурные изменения в географии производства за счет открытия новых предприятий и развития существующих. С потребительской точки зрения рынок «просел» по мясной и рыбной продукции в натуральном выражении, но растет в денежном за счет повышения цен. Производство и реализация молока, мучных кондитерских изделий и кондитерских изделий в натуральном выражении сократились несущественно, но в денежном эквиваленте также за счет роста цен объемы не снизились.

Реклама

Группа компаний Step by Step

Исследовательская и консалтинговая компания, предлагающая полный комплекс в области маркетинговых и социологических исследований, управленческого и маркетингового консалтинга.

В группу компаний входят:

- Маркетинговое Агентство Step by Step
- Step by Step Консалтинг
- Step by Step Брендинг
- Step by Step Недвижимость
- Аналитический Центр Step by Step
- Call центр MarketPhone

STEP BY STEP МАРКЕТИНГОВОЕ АГЕНТСТВО

111033, Москва, Золоторожский вал, д. 32, стр. 2, офис 304

Телефон: +7 (495) 109-07-79