

## Колбасы и паштеты уходят в прошлое

Анна Левинская

14 января 2009 года



Фото: PhotoXPress

Кризис заставил покупателей умерить аппетит. В результате предприятиям придется увеличить выпуск продукции среднего и низкого ценового сегментов, что, по мнению экспертов, приведет к возврату ассортимента в лучшем случае пятилетней давности.

В оценке текущего состояния рынка эксперты расходятся. Так, по мнению аналитиков Мясного союза России, рынок готовой мясной продукции, который, в основном, представляют колбасы, составляет почти треть объема всего сырьевого (мясного) рынка. По данным союза, объем сырьевого рынка в 2008 году составил чуть меньше 9 млн тонн. «Если взять среднюю цену на сырье в 100 рублей, — говорит президент союза Мушег Мамиконян, — то объем сырьевого рынка составит около 9 млрд рублей. Из них, грубо говоря, 3 млрд рублей — это как раз рынок готовой мясной продукции».

У Института аграрного маркетинга оценка несколько другая: в 2008 году емкость рынка сырья составила 8 млн тонн; рынок готовой мясной продукции при этом оценивается в 7,4 млрд рублей. «Из 8 млн тонн сырья 5,5 млн тонн идет на промышленную переработку, итогом которой станут колбасы, паштеты и полуфабрикаты, не требующие обработки, кроме как тепловой. Все остальное — это необработанное мясо, — поясняет директор Института аграрного маркетинга Елена Тюрина. — За среднюю цену готовой мясной продукции нужно взять 165 рублей, потому что средняя цена килограмма колбасы составляет 240 рублей, полуфабрикатов — 90 рублей. Таким образом, оценить объем рынка всей готовой мясной продукции можно в 7,4 млрд рублей».

По данным специалистов института, прирост производства колбасных изделий в 2008 году составил 6%, также выросло на 20% производство полуфабрикатов. По некоторым данным, в октябре 2008 года потребление готовой мясной продукции увеличилось на 5%. Мушег Мамиконян пояснил, что в последнее время во многих городах России потребление мясной продукции дошло до нормы. «Медицинская норма в нашей стране составляет 75 кг в год на душу населения. Сейчас наши соотечественники потребляют около 63 кг в год».

Однако теперь, в связи с кризисом, и эксперты, и игроки рынка говорят о том, что потребление снизилось и будет снижаться. Мушег Мамиконян считает, что снижение доходов населения тому главная причина: «Люди стали более ответственно относиться к вопросу обеспечения себя столь важным продуктом. Теперь вместо буженины они купят

10 килограмм куриного мяса». Елена Тюрина добавляет, что показателем смены потребительских возможностей уже стало то, что увеличился спрос на недорогие вареные колбасы, что позволило производителям повысить цены на свою продукцию на 13%, тем временем спрос на сырокопченые колбасы, традиционно относящиеся к более высокому ценовому сегменту, существенно ниже и рост цен составил лишь 6%.

Участники рынка также отмечают, что в последнем квартале года сократились на 10% продажи мясных деликатесов. До кризиса в сегменте продукции премиум-класса были высокие темпы роста – 10-15%. По мнению **Марии Матгис**, руководителя отдела инициативных исследований ГК «Степ бай Степ», в нынешнем году цены будут расти, а потребление стремиться к показателям 2000-2001 гг.

Естественно, кризис влияет не только на потребителей, но и на производителей. Как рассказал в интервью ВFM.ru Александр Дмитриев, заместитель генерального директора холдинга «Эксима», владеющего торговой маркой «Микоян», минувший год был очень тяжелым для мясоперерабатывающих предприятий. «В первую очередь год был тяжелым из-за того, что до кризиса был большой подъем цен на сырье, который составил примерно 50% за год. Из-за этого и пришлось поднимать почти на 30% цены на вырабатываемую продукцию. Остановился рост цен на мясо, но тут же начался кризис».

С ним соглашается генеральный директор компании «Дымов» Алексей Сошников, который добавляет, что в тот момент, когда наметилась тенденция к снижению цен на сырье, в России производители ее не почувствовали: «Все потому, что мы сильно зависим от импорта. Контракты у нас в долларах, а значит, мы очень привязаны к доллару».

Четких прогнозов на нынешний год не дают ни участники рынка, ни аналитики. Елена Тюрина и Алексей Сошников считают, что уменьшение числа потребителей продукции высокого ценового сегмента приведет к тому, что предприятия будут корректировать ассортимент своей продукции. «Предприятия быстро сориентируются и, скорее всего, уменьшат долю дорогой продукции. Спрос на сырокопченые колбасы снизится примерно на 15%, — предполагает Елена Тюрина. — Это может привести к тому, что мы вернемся к ассортименту 2000-2002 года, когда на прилавках практически не было продукции премиального класса, а преобладала и пользовалась спросом продукция среднего и низкого ценового сегмента».

Алексей Сошников сообщил, что «Дымов» уже планирует корректировку своего поведения на рынке, но подробнее о планах рассказывать не стал: «Мы предпочитаем сначала сделать что-то, а потом об этом рассказывать».

В то же время Александр Дмитриев считает, что крупным компаниям вряд ли нужно будет менять ассортимент, потому что они выпускают продукцию в разных ценовых сегментах, но все же соглашается в том, что небольшим предприятиям, работающим с премиальной продукцией, все же придется что-то придумывать.

Что же касается цен, то Алексей Сошников считает, что в этом году они будут расти и дальше: «Конечно, хотелось бы надеяться, что цены на сырье будут снижаться, но в реальности, из-за того что мы сильно зависим от импорта, цены будут расти. Если бы наше сельское хозяйство обеспечивало промышленность хотя бы на 80%, стоимость продукции росла бы не такими темпами». Однако Александр Дмитриев придерживается немного другого мнения. Он полагает, что абсолютные цены будут расти, но это связано только с инфляцией.