



УДК 636.592:339.13

РОССИЙСКИЙ РЫНОК ИНДЕЙКИ

Давлеев А.Д., президент
AGRI FOOD Strategies

Аннотация: В статье показано развитие российского рынка мяса индейки, проанализированы особенности и перспективы этого бизнеса.

Abstract: Russian turkey meat market development has been shown, this business features and outlooks has been analyzed.

Ключевые слова: индейка, спрос, переработка, ценовое преимущество, импорт.

Key Words: turkey, demand, processing, price advantage, imports.

В отличие от исторически сложившегося в России в ходе многих веков рынка такого мяса, как говядина, свинина, курятина, баранина и т.д., рынок индюшатины начал формироваться только с середины 1990-х, с момента роста поставок по импорту.

В 60–70-е годы XX века в Советском Союзе существовало несколько племенных станций (репродукторов 2-го порядка), которые производили суточных индюшат для продажи населению на откорм. Промышленного производства мяса индейки на специализированных предприятиях не было.

Однако по мере нарастания объемов импорта индейки, восстановления и роста производства охлажденного и разделанного на части мяса индейки отечественного производства, а также повышения информированности покупателей об особенностях и преимуществах мяса этой птицы, спрос на него стал расти.

Стремление следовать принципам здорового образа жизни и разнообразить домашнее меню необычным блюдом также способствовало повышению спроса на мясо индейки. В настоящее время к полуфабрикатам из индюшатины (фарш, котлеты, шашлык, купаты, гуляш, азу) доверие российских потребителей выше, чем к аналогичным продуктам из других видов мяса, включая курицу. Популярными и желанными продуктами в меню россиян стали и колбасно-сосисочные изделия, деликатесы из индейки.

Анализ потребительского поведения и динамики спроса на мясо индейки выявил, что реализация этого продукта в России зависит прежде всего от отношения покупателей и способности отрасли донести информацию о качествах и пользе индюшатины до конечных потребителей.

Поскольку индейка выступает дополнением и альтернативой другим видам мяса и имеет уже установившуюся ценовую нишу, рост спроса на нее в России ограничивается исключительно возможностями производителей вырабатывать значительные объемы продукта и их способностью эффективно продвигать его по каналам продаж.

Впервые индюшиные голени, крылья, бедра, фарш и сосиски из США и Европы появились на прилавках магазинов и оптовых рынков в 1993–1994 гг. Ценовое и продуктовое позиционирование этих товаров было очень близким к куриным окорочкам. Они продавались по всей стране, но наибольшая реализация имела место на Дальнем Востоке, в Сибири и северо-западных областях РФ, где доходы населения были ниже, чем в среднем по стране, а предложение свинины и говядины было ограничено.

К маю 2000 г. ввоз индюшатины зарубежного производства достиг 100 тыс. т в год (рис. 1). В течение последующих двух лет объемы поставок из-за рубежа нарастали, главным образом за счет массивного импорта мяса индейки механической

обвалки и блочного филе бедра, ставших популярной в мясопереработке альтернативой более дорогим свинине и говядине. Именно в этот период наблюдался пиковый уровень потребления мяса индейки в России (1,170 кг на душу населения), который не восстановился до сих пор, несмотря на значительный рост отечественного производства.

Рост импорта продукции птицеводства из США обусловил ограничения, принятые Правительством РФ в отношении США — основного поставщика мяса индейки в Россию: запрет и инспектирование заводов в 2002 г., запрет на ввоз из-за гриппа птицы в 2005 г., введение импортной квоты в 2007 г., временные ограничения в 2008 г. по ветеринарным причинам, сокращение срока реализации замороженного обваленного мяса птицы до 3 мес., запрет на использование хлора при обработке птицы в 2010 г. Применение этих мер значительно сократило импорт мяса индейки из США, увеличив долю европейских и бразильских поставщиков.

Особую роль в снижении импорта мяса индейки сыграло введение импортной квоты на мясо птицы в 2007 г.

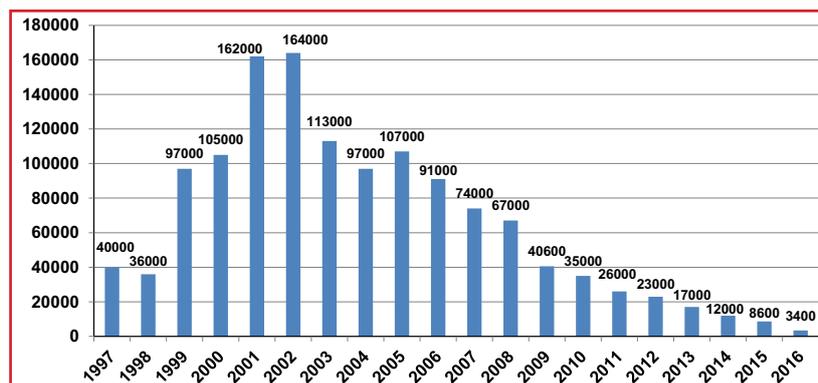


Рис. 1. Импорт мяса индейки в РФ в 1999–2016 гг., тыс. т

Источник: Global Trade Atlas по данным ФТС РФ



и ее закрепление как части пакета обязательств при вступлении России в ВТО в 2011 г. Импортная квота действует до 2020 г. и устанавливает максимальный объем импорта обваленного и необваленного мяса индейки (кроме целой тушки) в размере 14 тыс. т в год с импортным тарифом в 25% от таможенной стоимости, но не менее 0,2 евро/кг. Импорт вне этого объема облагается пошлиной в 80% от таможенной стоимости, но не менее 0,7 евро/кг.

Рост отечественного производства индейки в 2008–2014 гг., ее поставки в охлажденном виде в розницу наряду с увеличением переработки в мяскоколбасные изделия, стали дополнительным ограничителем для импорта индейки в Россию.

Введение Правительством РФ продуктового эмбарго в 2014 г. еще больше сузило круг поставщиков индюшатины в Россию — фактически до Бразилии и Турции. А обострение политических отношений с Турцией в конце 2015 г. практически перечеркнуло импорт турецкой индюшатины в Россию на неопределенный период.

В период с 2014 по 2015 гг. до 2,7 тыс. т/год увеличился ввоз в Россию казахской индейки, произведенной единственным в стране индейководческим предприятием «Ордабасы Кус». Компания даже открыла торговое представительство, предлагая индюшатины по более низкой цене, чем российские производители.

На ближайшие годы (2016–2020 гг.) прогнозируется минимальный уровень поставок мяса индейки из-за рубежа в силу их экономической нецелесообразности — максимум 7–8 тыс. т в год.

Резкая девальвация рубля в 2015 г. сделала импорт мяса индейки в Россию практически нерентабельным, что показывают динамика поставок и тот факт, что годовая квота по индейке (14 тыс. т) была выбрана чуть больше чем на треть. После уплаты таможенных платежей и налогов импортная индейка теряла свое конкурентное ценовое преимущество (рис. 2).

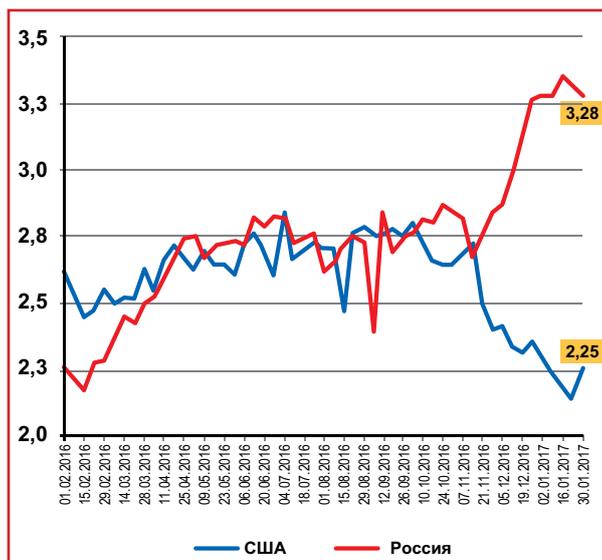


Рис. 2. Сравнение цен на мясо индейки в России и США

Источник: Агентство ИМИТ по данным ФТС РФ

Дальнейшее снижение себестоимости с увеличением объемов производства дало возможность российским производителям предложить свою продукцию на экспорт — как сырую (необработанную) замороженную и охлажденную индюшатины, так и готовые колбасные изделия, деликатесы, консервы.

Таким образом, более чем двадцатилетняя история массированного импорта индейки из-за рубежа обеспечила формирование спроса на различные виды продуктов из мяса этой птицы.

В связи с тем что официальные статистические данные по производству мяса индейки в России отсутствуют, анализ проводился на основании информации, полученной непосредственно от самих производителей, поставщиков оборудования, кормовых ингредиентов, ветеринарных препаратов, инкубационного

яйца и технологий для отечественного индейководства и др. (рис. 3).

За 10 лет — с 2006 по 2016 г. — среднегодовой прирост объемов производства составил 25%. Это рекордный показатель в истории российского животноводства и один из самых высоких в мире. Определенная неравномерность роста объясняется запуском новых или остановкой существующих объектов производства. Так, например, резкое увеличение объемов в 2010 г. отражает введение в строй производственных мощностей ООО «Евродон» в Ростовской области, а в 2015 г. — ООО «Пензамолинвест» (входит в ГК «Дамате») в Пензенской области. И наоборот: снижение темпов роста в 2014 г. связано с остановкой производства на двух предприятиях — ООО «Марс» (Татарстан) и «Сибирская Губерния» (Красноярский край).

В 2016 г. в России насчитывалось более двух десятков крупных (табл.), средних и мелких индейководческих компаний различной степени вертикальной интеграции (наличие собственного родительского стада, инкубаторов, кормозаводов, убойных цехов, дистрибуции и продаж), а также несколько десятков фермерских хозяйств. Практически все они были расположены в европейской части России.

Ряд индейководческих комплексов был построен в 2015 г. — «Тамбовская индейка» (группа «Черкизово»), ставропольская «Агро-Плюс» и удмуртская «Аскор». Помимо этого, в различных регионах России на разных стадиях

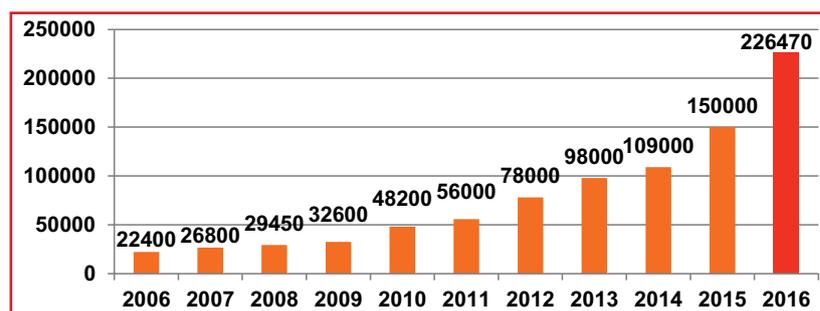


Рис. 3. Производство мяса индейки в России, 2006–2016 гг., т

Источник: AGRIFOOD Strategies



Таблица

Крупнейшие производители индейки в России в 2016 г.*

№ п/п	Название компании	Регион	Объем производства, тыс. т/%
1.	«Дамате»		60 800/28,89
2.	«Евродон»	Ростовская обл.	59 900/28,46
3.	«Комплекс им. М. Гафури»	Респ. Башкортостан	23 500/11,72
4.	«Краснобор»	Тульская обл.	22 000/10,45
5.	«Морозовская»	Омская обл.	5 200
6.	«Агро-Плюс»	Ставропольский край	4 800
7.	«Задонская»	Липецкая обл.	4 300
8.	«Егорьевская»	Московская обл.	3 900
9.	«Аскор»	Респ. Удмуртия	3 900
10.	«Восточная»	Оренбургская обл.	3 200
11.	«Залесный»	Респ. Татарстан	3 100
12.	«Тамбовская индейка»	Тамбовская обл.	2 400
13.	«Конкорд»	Ленинградская обл.	2 000
14.	«Прогресс + Пересвет»	Тульская обл.	1 500
15.	«Таврическая»	Омская обл.	1 200
16.	«Енисейагросоюз»	Красноярский край	1 200
17.	«Норовская индейка»	Респ. Мордовия	1 100
18.	«Ястребовская»	Курская обл.	1 000
19.	УК «Регионинвест»	Белгородская обл.	1 000
20.	«Рязанская индейка»	Рязанская обл.	1 000
21.	ФГУП СК «Индейка»	Ставропольский край	900
22.	«Старожиловская птица»	Рязанская обл.	800
23.	«Труд»	Ленинградская обл.	570
24.	«Кривец-птица»	Липецкая обл.	500
25.	«Лобановская индейка»	Московская обл.	200
26.	Прочие (включая ЛПХ и КФХ)		16 000/7,04
	Итого		22 6470

* Источник: AGRIFOOD Strategies, GR Consulting

строительства находились еще шесть птицефабрик. Общее количество анонсированных проектов в области индейководства превышало два десятка.

Все последние годы поступательно развивались крестьянско-фермерские и личные подсобные хозяйства, в которых индейку выращивают, как правило, в весенне-осенний период. Однако развитие этого сектора сдерживается невозможностью одновременного убоя, разделки и реализации большого количества птицы.

В 2015 г. с учетом импорта продукции (8,8 тыс. т) и отечественного производства (149,5 тыс. т) баланс рынка составил 158,3 тыс. т, а потребление на душу населения — 1,1 кг/год.

Отметим, что долгое время мясо индейки воспринималось российскими потребителями как экзотическое ввиду его редкого наличия на полках магазинов. Однако в 2005–2015 гг. поставки продукции из мяса индейки стали более регулярными и создали постоянно растущий спрос со стороны покупателей. На начало 2016 г.

мясо индейки продавалось во всех федеральных торговых сетях и в 86% межрегиональных.

По оценкам ритейл-аналитиков, более 75% мяса индейки в России продается в рознице в охлажденном виде. При этом в сетевых форматах эта доля приближается к 90%.

Немаловажным фактором роста спроса стало значительное расширение ассортимента изделий из мяса индейки, включающего:

- натуральные полуфабрикаты (части разрубца);
- кусковые бескостные полуфабрикаты (эскалопы, шницели, бефстроганов, азу, гуляш и т.п.);
- рубленые полуфабрикаты (купаты, колбаски для жарки, котлеты, биточки и т.п.);
- полуфабрикаты в маринаде (мясо индейки в специях, шашлыки и т.п.);
- фарши из разных частей тушки индейки.

Только в Московском регионе в 2015 г. реализовывалось более 20 по-

зиций товаров из мяса индейки, причем более 90% — в охлажденном и индивидуально упакованном виде.

Многие производители индейки, особенно региональные («Комплекс им. Гафури», «Евродон», «Заречье» и др.) реализуют свою продукцию через сеть фирменных торговых точек под собственными торговыми марками («Индюшкин», «Индолина», «Винитуки»), что служит дополнительным фактором популяризации индейки у потребителей.

Развитие промышленных стандартов качества и безопасности продукции, санитарного состояния производств, внедрение новых технологических процессов и видов упаковки (контролируемая газовая среда, вакуумная барьерная пленка и т.п.) позволили значительно увеличить сроки хранения охлажденной продукции из мяса индейки, доставлять, хранить и реализовывать их в течение 10–15 дн.

Вместе с тем в абсолютном большинстве мегаполисов центральной части России, Севера, Поволжья, Урала и Сибири (кроме Москвы и области) продукция из мяса индейки представлена в весьма ограниченном количестве и ассортименте или не представлена вовсе.

Реализация индейки, особенно в современных форматах торговли, таких как супер- и гипермаркеты, осуществляется в брендированной индивидуальной упаковке, что выгодно отличает ее от продукции из свинины и говядины, которые, как правило, реализуются в обезличенной упаковке в связи с тем, что разделка этих видов мяса зачастую осуществляется в местах продаж (рис. 4). Следует особо отметить, что в отличие от бройлеров на рынке индейки не так много значимых российских торговых марок (5–6 по сравнению с более чем 30 на рынке бройлеров), а это облегчает идентификацию продукции потребителями.

Формирование собственных брендов и создание фирменной розницы позволили заметно увеличить производство и реализацию готовых изделий из мяса индейки. Данная группа продукции стала позиционироваться как более здоровая альтернатива традиционным колбасно-сосисочным



Рис. 4. Доля продаж брендированной продукции в мясной категории в рознице, 2015 г.

Источник: анализ AGRIFOOD Strategies

изделиям и деликатесам из свинины, говядины и мяса бройлеров. В целом, по прогнозам экспертов, спрос на полуфабрикаты различной степени готовности будет опережать спрос на готовые изделия.

По оценкам AGRIFOOD Strategies, общий объем производимого в России мяса индейки разделен на четыре категории:

1. Упакованная брендированная продукция (охлажденная и замороженная) — 54%.
2. Неупакованная продукция для розницы (охлажденная и замороженная) — 28%.
3. Продукция для промышленной переработки — 16%.
4. Готовая термически обработанная продукция — 2%.

Оптимальная комбинация этих категорий позволяет производителю правильно выстроить стратегию продаж, технологические потоки производства и экономику предприятия. При этом значительный потенциал наблюдается в категории термически обработанной продукции.

С учетом складывающейся в России сложной экономической ситуации дальнейшее развитие отрасли и отдельных компаний в ближайшие несколько лет будет зависеть от ряда ключевых факторов:

1. Правильный выбор региона и осуществление стратегии, нацеленной на получение максимальной прибыли на целевых рынках.

2. Способность достичь эффективных показателей откорма, что дает экономические и ценовые пре-

имущества перед производителями свинины и говядины.

3. Финансовая устойчивость компаний, которая наряду с достаточным собственным капиталом является единственной гарантией нормальной деятельности и выживаемости компании.

4. Наличие производственной интеграции, минимизирующей зависимость от поставщиков — собственная кормовая база, хранилища, инкубаторы, достаточные мощности убойного завода и систем утилизации отходов, холодильники и пр.

5. Гарантированный контрактами доступ к источникам инкубационного яйца и птенцов на откорм.

6. Строжайшее соблюдение производственной дисциплины и правил биобезопасности, так как индейка весьма подвержена факторам внешнего воздействия.

7. Продуманная маркетинговая стратегия, гарантирующая конкурентные преимущества на рынках.

8. Объединение усилий производителей в продвижении позитивного имиджа индюшатины с целью увеличения потребления через большую информированность о ее преимуществах.

Экспертами AGRIFOOD Strategies были разработаны три сценария вероятного развития отрасли на период до 2020 г. в зависимости от экономической ситуации: (а) оптимистичный, (б) пессимистичный и (в) негативный. Каждый вариант исходит из предположения о том, что объем рынка индейки в России будет определяться исключительно произ-

водственными мощностями отрасли, возможностями экспорта продукции и отсутствием импорта, который уже снизился до незначительного для рынка уровня.

Оптимистичный вариант основан на гипотезе, что все существующие, начатые и планируемые проекты индейководческой отрасли России будут осуществлены в полном объеме и производственные мощности будут полностью использованы.

Пессимистичный вариант основан на гипотезе, что все проекты индейководческой отрасли России будут осуществлены в сокращенном объеме или их мощности будут не полностью использованы.

Негативный вариант основан на гипотезе, что мощности существующих и уже заложенных проектов будут использованы в сокращенном объеме, а планируемые новые проекты реализованы не будут.

Объем российского рынка индейки при позитивном варианте развития событий составит 700 тыс. т, негативном — около 300 тыс. т. При этом ежегодный прирост производства прогнозируется на уровне 40% в оптимистичном варианте и 17% — при негативном сценарии, а ежегодный рост рынка — 36% и 14% соответственно.

Вместе с тем эксперты AGRIFOOD Strategies считают более точным так называемый «нейтральный» прогноз, предлагая использовать его в качестве базового для дальнейших расчетов. В его основе лежат установки на то, что:

- крупные предприятия будут развивать заложенный в них потенциал;
- средние и мелкие предприятия будут расти, но с отставанием от параметров бизнес-планов;
- новые проекты будут реализованы, но только на региональном уровне и в меньших масштабах, чем планировалось, ввиду значительной конкуренции со стороны крупных производителей.

При базовом сценарии производство вырастет к 2020 г. на 340 тыс. т (до 490 тыс. т), а объем рынка составит 430 тыс. т в год при экспорте в 60 тыс. т. Средний ежегодный темп прироста производства будет на уровне 27%, что

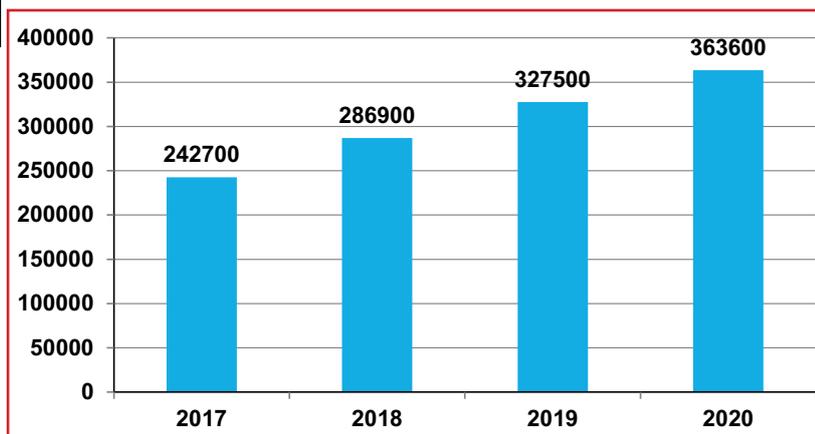


Рис. 5. Базовый прогноз развития производства мяса индейки в России, т
 Источник: расчеты AGRIFOOD Strategies

полностью соответствует темпам последнего десятилетия.

Потребление мяса индейки в России на душу населения при данном сценарии достигнет почти 3 кг/год (2,965 кг) и едва выйдет за нижнюю границу средневропейского уровня.

В данном прогнозном варианте индустрии отводится примерно 5%-ная

доля в российском рынке мяса и 10%-ная на рынке мяса птицы, что позволит обеспечить баланс интересов как производителей, так и потребителей. Безусловно, данный прогноз подлежит уточнению и пересмотру по мере изменения текущей ситуации.

В настоящее время российский рынок мяса индейки динамично разви-

вается со средним темпом роста более 25% в год и к 2020 г. составит около 400–500 тыс. т. Наряду с потенциалом экспорта в 40–60 тыс. т это дает возможность российским производителям увеличить объем выпуска продукции из индейки в 3–3,5 раза (до 450–500 тыс. т в год) по сравнению с 2015 г.

Мясо индейки выступает как качественное дополнение сокращающегося предложения свинины и говядины за счет более эффективной экономики производства. Производство мяса индейки, опираясь на государственную поддержку отрасли, является высокорентабельным бизнесом, который успешно решает задачи возврата инвестиций и имеет реальные возможности выхода на международные рынки с конкурентным ценовым предложением по основному ассортименту продукции. □

Для контактов с автором:
Давлеев Альберт Дамирович
 e-mail: a.davleyev@agrifoodstrata.com

Международный Центр стандартизации и сертификации «Халаль» Совета муфтиев России

129090 г. Москва,
 Выползов переулок,
 д.7, стр.2, оф. 305



тел.: +7 (495) 926-03-10
 e-mail: info@halalcenter.ru

✦ На сегодняшний день сертифицировано более 200 российских и зарубежных компаний

✦ Более 20 компаний уже вывели свою продукцию на экспорт в исламские страны

✦ МЦСиС «Халаль» – это организация, предоставляющая услуги по сертификации, внедрению стандартов «Халаль», надзору и контролю производства продукции «Халаль»



Халаль – Вера, Разум, Безопасность

WWW.HALALCENTER.RU