



АНАЛИЗ НА ПАЗАРА НА ХЕЛЯЛ МЕСО И МЕСНИ ПРОДУКТИ В РУСКАТА ФЕДЕРАЦИЯ

Пазарът на хелял продукти в Русия все още е недостатъчен и неравномерен. Въпреки това отрасълът се разраства и поради това се смята за перспективен. Но колко бързо се развива този сегмент и очевиден ли е растежът му през годишния период? Хранителните продукти са най-голямата и популярна категория на пазара хелял.

Следователно, за да се отговори на въпроса, ще бъде разгледан пазарът на хелял месо и месни продукти, включително неговите лидери, географското разпределение по федерални области и региони в страната, както и популярни ценови сегменти.

Входен билет на пазара за хелял стоки дава сертификат за съответствие за стандарт „хелял“ - персонал, производствен процес, оборудване и складове трябва да отговарят на изискванията на Корана. Освен това хелялът не може да се съхранява и транспортира заедно с обикновени месни деликатеси. Производителите, които отговарят на изискванията, могат да поставят съответният знак на етикета върху опаковката. В Русия сертификатите се издават от Международния център за стандартизация и сертифициране „Хелял“, създаден към Съвета на мюфтиите на Русия. Благодарение на допълнителния технологичен контрол от производителя, сертифицираните продукти вдъхват повече доверие сред купувачите, които не изповядват исляма, а интересът се подхранва и от тенденцията към здравословна и екологична храна.

Обемът на пазара за хелял месо и месни продукти в РФ.

Според компанията "New Technologies" за 2019 г. делът на продажбите на продукти, съдържащи халал месо в основните федерални вериги възлиза на 1,44% в натурално изражение. Лидер в своята категория е охладеното месо - то е над 600 тона, или 2,92% от продажбите. Сред колбасите и деликатесите продажбите възлизат на около 10 хиляди тона, което съответства на 1,5%, а в категорията охладено пилешко - 618 тона, или 0,66%. Но в общия оборот на месни продукти, делът на хелялно охладено месо и птици е незначителен - по-малко от 0,1% във всяка категория. При колбасите нещата стоят по-добре - заемат 1,29% от общия пазар на месо.

Разпределение на продукцията хелял на пазара за месо в РФ през 2019 г.

Групи		Продажби, кг	Количество во позиции	Дял на продажбите по категории в натурално изражение, %	Дял в категориите по количество о позиции, %	Дял на продажбите според целия месен пазар в натурално изражение, %	Дял на пазара по количество позиции, %
Колбасна продукция и деликатеси	Не хелял	700614206,83	35286,00	98,5	98,06	84,84	89,77
	хелял	10635136,22	699,00	1,5	1,94	1,29	1,78
Сурова месна продукция	Не хелял	20181875,29	884,00	97,08	90,84	2,44	2,25
	хелял	606132,95	89,00	2,92	9,16	0,07	0,23
Сурова продукция от птици	Не хелял	93150076,01	2308,00	99,34	98,17	11,28	5,87
	хелял	618621,90	43,00	0,66	1,83	0,07	0,11

Неравномерното разпределение между категориите се дължи на факта, че количеството позиции за колбаси, както хелялни, така и обикновени, е много по-голямо - повече от 90% от общия брой на всички разглеждани категории.

Присъствието на хелял колбаси е 1,78%, а на охладено месо и пилешко представляват съответно 0,23% и 0,11%, което говори за ниско представяне на хелял в категориите.

Структура на пазара на хелял месо и месни продукти в РФ.

Ще разгледаме по-подробно всяка от тези категории. Сред колбасните изделия се разграничават следните подкатегории: кремверши, варени колбаси, полупушени, варено-пушени, сурово пушени, деликатеси, шунки, закуски. Хелял продуктите се продават най-добре в подкатегориите „полупушени колбаси“ и „деликатеси“ - в натурално изражение възлизат, съответно на 7,72% и 1,18%. Най-популярна сред купувачите е полупушената наденица от икономичния ценови сегмент, която струва до 250 рубли за килограм - тя представлява 67,71% от продажбите.

Продажбите на хелялна месна продукция през 2019 г. в РФ в натурално изражение, %



В годишната динамика на продажбите няма резки скокове за повечето от разглежданите подкатегории колбаси. Откроява се само декември, когато има спад в продажбите на варени колбаси и кремверши и увеличение на продажбите на месни деликатеси. Също така през юли и октомври се наблюдава значително увеличение на продажбите на полупушени колбаси.

Охладената месна продукция е представена от кайма, пържоли, полуфабрикати от кълцано месо, наденици, карначета и маринати. В сравнение с другите две категории, в тази се продава повече хелял продукти. Най-успешните подкатегории са „полуфабрикати от кълцано месо“ и „наденици и карначета“ - дяловете им в продажбите са съответно 23,95% и 8,85% в натурално изражение. В рамките на подкатегориите най-популярните

ценови сегменти са „среден +“ (около 500 рубли за килограм) и „среден“ (около 400 рубли за килограм). Най-малко търсената подкатегория е „полуфабрикати от мляно месо“ - продадени са 0,43% от общия обем в този сегмент.

Динамиката на годишните продажби в категорията охладено месо показва сезонност: продажбите на полуфабрикати от кълцано месо показват ръст през цялата година, но спадат през юли, като в същото време се наблюдава рязко увеличение на продажбите на наденички и карначета. Подобни скокове са свързани със сезонното търсене: през лятото хората са по-склонни да излизат на природа и да купуват месо за печене и пържене вместо полуфабрикати. Продажбите на кайма от началото на годината бавно, но сигурно набира скорост; през ноември се наблюдава ръст, последван от рязък спад до предишното ниво, което може да се обясни с промоции на стоки в тази подкатегория и разширяване на търговските точки за промоционални стоки. От юни постепенно се увеличава търсенето на пържоли - причината за това най-вероятно е появата на нови продукти в подкатегорията и увеличаването на броя на търговските обекти. Прави впечатление, че няма спад в продажбите по време на мюсюлманския пост на Рамадан.

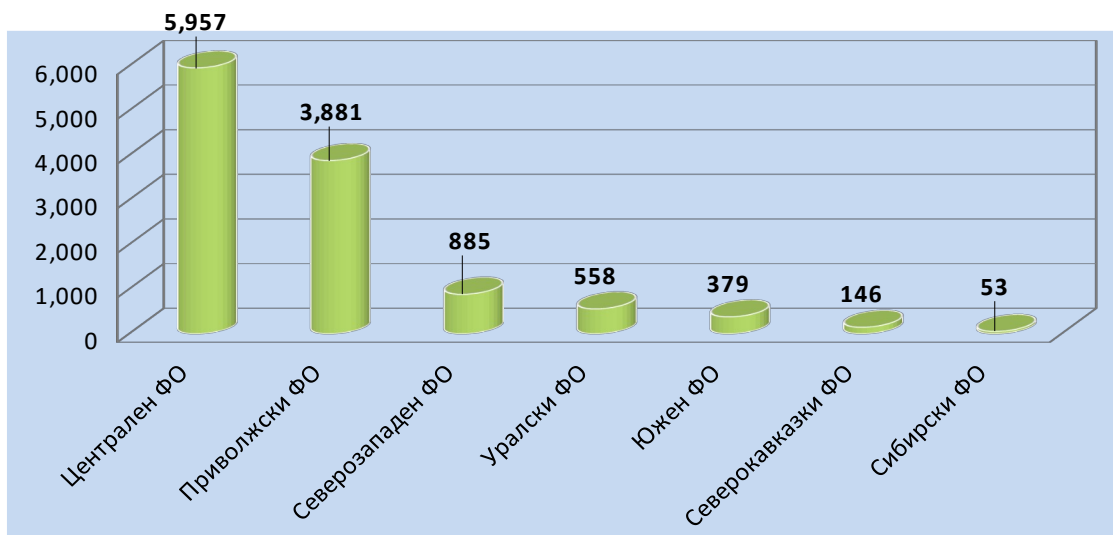
Към подкатегорията охладени продукти от птиче месо се включват: кайма и полуфабрикати от кълцано месо, маринати, набор за супа, пържоли, наденички и карначета. Най-продавани са полуфабрикатите от кълцано месо, които представляват 2,67% от продажбите, наденички и карначета - 1,54%, пържолите и маринатите - съответно 1,16% и 1%. Най-голям процент продажби в рамките на подкатегорията имат маринатите от икономичния сегмент - 88%. От полуфабрикатите се търсят "премиум +", а в подкатегорията, пържолите и наденичките са най-търсени от сегмента "среден +".

В категорията „охладено пилешко“ се наблюдава ясно изразено сезонно търсене на маринатите през пролетта и лятото. От юли млените полуфабрикати показват рязко увеличение на продажбите, което е свързано с разширяване на предлагането на подкатегорията в търговските обекти и появата на нови играчи в нея. За останалите подкатегории търсенето на стоките е стабилно.

Регионално разпределение на продажбите на хелял месо и месни продукти в РФ.

Говорейки за неравномерността на пазара на хелял месни продукти, може да се отбележи, че най-добра е ситуацията с наличността и асортимента в централната част на Русия. Според данните за продажби на хелялни продукти в регионите и областите на Русия, предсказуемо демонстрира лидерство Централен федерален окръг (50,2%), където основните продажби, очаквано, се падат на Москва. Следва Приволжки федерален окръг с дял на продажбите от 32,7%, където голям дял заема Татарстан. Според Министерството на земеделието на Русия делът на хелялните продукти в Татарстан все още е около 7 милиарда рубли годишно, но тяхното търсене се отразява в годишен ръст от 10-15%. Трети по обем е Северозападен федерален окръг с 7,5%, а основният пазар на продажби тук е Санкт Петербург.

Продажби на хелялна месна продукция по федерални окръзи на РФ през 2019 г., т



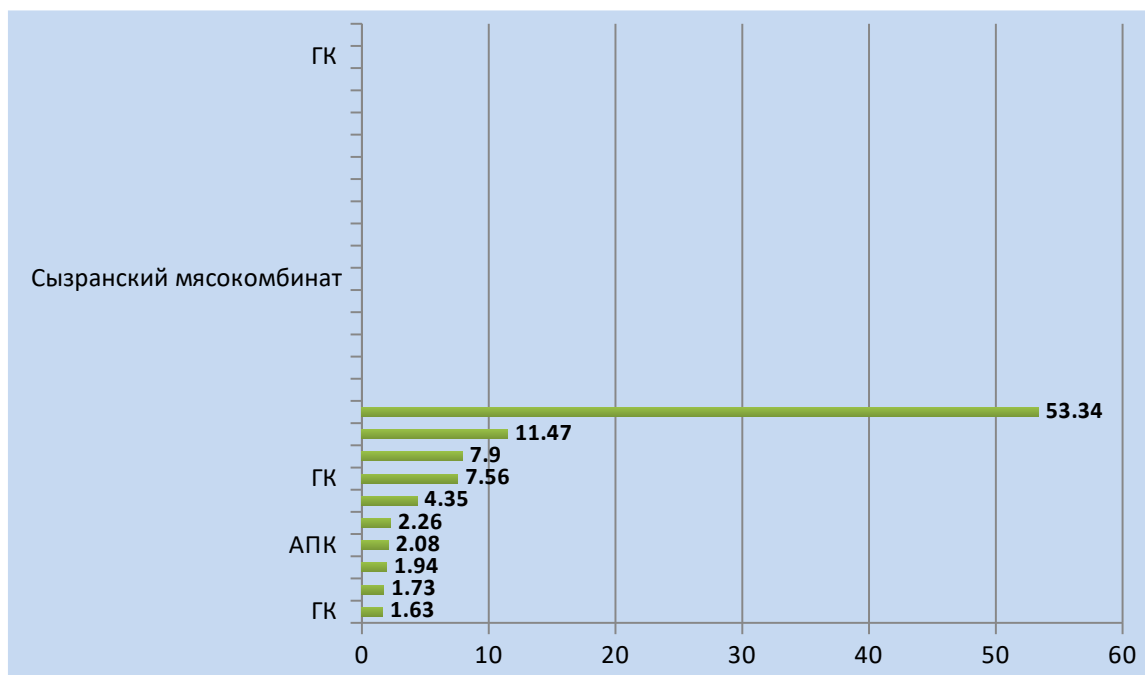
Лидери на пазара.

Осъзнавайки перспективите на отрасъла, на пазара за хелялни продукти излизат както малки предприятия, индивидуални предприемачи, така и по-големи компании - например, Група компании „РМ Агро“ със система от животновъдни комплекси за 22 хиляди глави говеда и месокомбинат с капацитет до 10 хиляди тона в година. Но въпреки постепенното заемане на този сегмент, има ясни лидери в производството на хелялна продукция.

На първо място е Група компании „Царицино“, чийто дял е 53% от реализираната продукция в натурално изражение, въпреки, че предприятията от групата присъстват само в категорията „колбаси“. Второто и третото място заемат компаниите от Татарстан, които са част от холдингите „АК Барс“ и „Агросила Холдинг“ - съответно 11,47% и 7,90%. Общият им оборот е почти три пъти по-малък от този на лидера.

Топ-10 компании-производители на хелялна месна продукция през 2019 г в РФ в

натурално изражение



В категорията месни продукти най-голям пазарен дял принадлежи на ООО "Оптимум" - 70,25%, а най-малък процент присъствие е на ГК "Челны хлеб" - 0,28%.

По отношение на продажбите на пилешко в натурално изражение има два лидера – „АК Барс“ и ГК „Дамате“, чиито дялове съответно са 35,19% и 31,34%.

Най-малък брой птици през 2019 г. е произведено от АО „Ярославский бройлер“ - 0,56%.

Рейтинг на производителите – лидери в категориите хелялна месна продукция през 2019 г. в натурално изражение, %

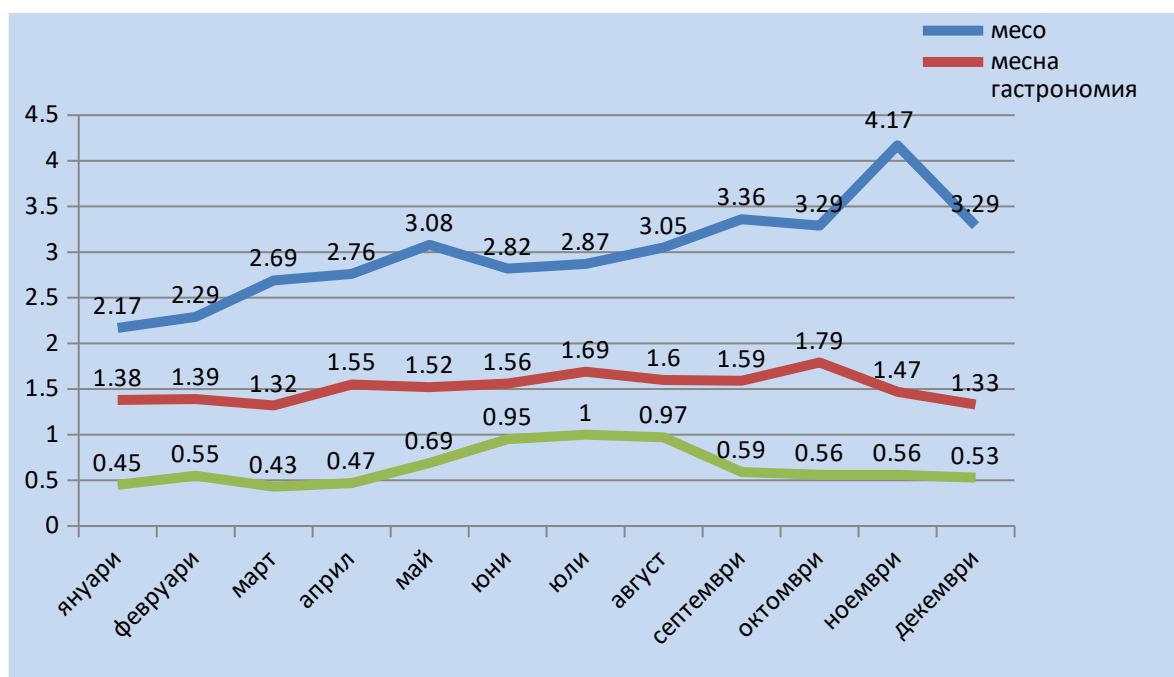
КАТЕГОРИЯ	ПРОИЗВОДИТЕЛИ	ДЯЛ НА ПРОИЗВОДСТВОТО, %
МЕСНА ГАСТРОНОМИЯ	ГК „Царицино“	59,48
	Холдинг „АК Барс“	10,75
	Холдинг „Агросила“	8,81
	ОАО „Сызранский мясокомбинат“	4,86
	ООО „Оптимум“	4,42
	ООО „Сафа“	2,52
	ГК „Продо“	2,10
	ООО „АПК Камский“	1,93
	ООО „Челны-мясо“	1,51
	АО „Елабужский мясоконсервный комбинат“	1,09
	МЕСНА ПРОДУКЦИЯ	ООО „Оптимум“
ООО „Парсит“		9,62
ООО „Веско“		9,59
ООО „Челны-мясо“		8,19
АО „АПК Русский мрамор“		1,40
ПАО „Група „Черкизово“		0,68
ГК „Челны-хлеб“		0,28
ПТИЦИ	Холдинг „АК Барс“	35,19

ГК „Дамате“	31,34
АХ „Юрма“	9,87
ООО „Челны-мясо“	5,91
ООО „ФХ“Рамаевское“	5,83
ЗАО „Краснобор“	4,96
ГК „Челны-хлеб“	3,86
ПАО „Русгрэйн Холдинг“	1,28
ГК „Продо“	1,12
АО „Ярославский бройлер“	0,56

Перспективи за развитието на пазара на хелялно месо.

Развитието на продуктивния пазар днес определя тенденцията за здравословно хранене. Естествените, екологични продукти без вредни добавки и примеси представляват особен интерес. Според анализаторите на компания „Нови технологии“, купувачите възможно не разбират напълно какво означава хелял сертификатът, поради което за част от аудиторията, която би се интересувала от тези продукти, информацията минава незабележимо. Производителите трябва да разказват повече за своя продукт и така нарастващият интерес към тази категория продукти ще окаже положително влияние върху растежа му.

Въз основа на горните констатации можем да заключим, че през годишния период има положителна тенденция в категорията хелялно месо, а продажбите на колбаси и птици са стабилни през целия период - това показва, че категорията може да се развива.



Говорейки за развитието на пазара след пандемията, може да се предположи, че търсенето на хелялно месо слабо ще отреагира на текущата ситуация, тъй като купувачът избира тази категория поради своите убеждения, но търсенето на ценовия сегмент може да се промени. В останалото може да се очаква положителна динамика: в категориите месо и птици ще изиграе роля сезонността и излизането от самоизолацията, което ще доведе до увеличение на продажбите. Няма да има пряка зависимост, но като фактор за допълнително влияние върху динамиката на хелял месото, може да повлияе загрижеността на руснаците за тяхното здраве, което беше предизвикано от пандемията. Следователно търсенето на стоки с допълнителен контрол на качеството има всички шансове за увеличаване на продажбите.