



Маркет  
Аналитика

**ДЕМО-ВЕРСИЯ**  
**РОССИЙСКИЙ РЫНОК ЗАМОРОЖЕННЫХ**  
**ПОЛУФАБРИКАТОВ**

Москва, март 2011



## СОДЕРЖАНИЕ

### I. ВВЕДЕНИЕ

### II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

### III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ЗАМОРОЖЕННЫХ ПОЛУФАБРИКАТОВ

#### 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА ЗАМОРОЖЕННЫХ ПОЛУФАБРИКАТОВ

- 1.1. Определение продукции
- 1.2. Методы консервирования продуктов заморозкой
- 1.3. Классификация замороженных полуфабрикатов
- 1.4. Показатели социально-экономического развития
- 1.5. Влияющие и смежные рынки
- 1.6. Резюме по разделу

#### 2. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА ЗАМОРОЖЕННЫХ ПОЛУФАБРИКАТОВ

- 2.1. Сегментация рынка замороженных полуфабрикатов
- 2.2. Ценовая сегментация рынка замороженных полуфабрикатов
- 2.3. Сезонность на рынке замороженных полуфабрикатов
- 2.4. Резюме по разделу

#### 3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА ЗАМОРОЖЕННЫХ ПОЛУФАБРИКАТОВ

- 3.1. Объем и темпы роста рынка замороженных полуфабрикатов
- 3.2. Резюме по разделу

#### 4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА ЗАМОРОЖЕННЫХ ПОЛУФАБРИКАТОВ

- 4.1. Уровень конкуренции, параметры конкуренции
- 4.2. Описание профилей крупнейших игроков рынка замороженных полуфабрикатов

ЗАО «ПРИОСКОЛЬЕ»

ООО «ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ КОМБИНАТ»

ЗАО «ПОКОМ»

ОАО «ОСТАНКИНСКИЙ МЯСОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИЙ КОМБИНАТ»

ООО «ШЕЛЬФ-2000»

ООО «СИБИРСКИЙ ГУРМАН – НОВОСИБИРСК»



ООО «ТАЛОСТО – ПРОДУКТЫ»

4.3. Действия основных игроков в условиях кризиса

4.4. Резюме по разделу

## 5. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ ЗАМОРОЖЕННЫХ ПОЛУФАБРИКАТОВ

5.1. Особенности сбытовой политики на рынке

5.2. Ценообразование на рынке

5.3. Нормативные документы, регулирующие деятельность на рынке

5.4. Основные каналы продвижения на рынке

5.5. Резюме по разделу

## 6. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА ЗАМОРОЖЕННЫХ ПОЛУФАБРИКАТОВ

6.1. Описание потребителей на рынке

6.2. Потребительские предпочтения на рынке

6.3. Резюме по разделу

## 7. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

7.1. Основные тенденции рынка

7.2. STEERPLE-анализ рынка

7.3. Риски и барьеры при выходе на рынок

## IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

Приложение 1. Индексы цен на сельскохозяйственную продукцию и продовольственные товары в ноябре-декабре 2010 г.

Приложение 2. Демографический прогноз до 2030 года.



## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА

В последние несколько лет популярность замороженных полуфабрикатов в России неуклонно росла. Положительное влияние на рынок оказывала благоприятная экономическая ситуация, рост доходов населения, повышения уровня жизни. Потребительская ценность этого продукта заключается в удобстве и скорости приготовления, особенно это актуально для больших мегаполисов, где люди все чаще отказываются от приготовления пищи в пользу полуфабрикатов.

**Кулинарный полуфабрикат** – это пищевой продукт или сочетание продуктов, прошедших одну или несколько стадий кулинарной обработки без доведения до готовности.

**Кулинарный полуфабрикат высокой степени готовности** – это полуфабрикат, из которого в результате минимально необходимых (одной-двух) технологических операций получают кулинарное изделие или блюдо<sup>1</sup>.

Одним из надежных способов поддержания оптимального состояния продуктов является их глубокая заморозка, которая способствует снижению микробной и ферментативной активности.

**Замораживание пищевых продуктов** - способ консервирования продуктов, заключающийся в понижении температуры замораживаемого продукта ниже точки замерзания его соков.

Российский рынок рыбы и морепродуктов наряду со многими отраслями экономики, находится под влиянием таких социально-экономических показателей как: ВВП, промышленное производство, уровень инфляции, уровень доходов населения и уровень занятости, оборот розничной торговли.

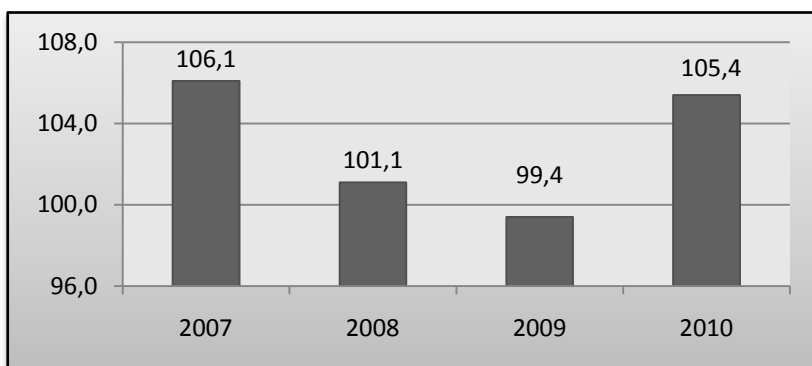
По данным Минэкономразвития России в 2010 году индекс производства пищевых продуктов (включая напитки и табак) по отношению к предыдущему году составил 105,4%. В декабре 2010 г. в сравнении с декабрем 2009 г. индекс производства составил – 101,6 процента.

---

<sup>1</sup> ГОСТ Р 50763-2007



**Диаграмма 1. Динамика производства пищевых продуктов, включая напитки и табак в январе-декабре 2007-2010 г.г., в % к соответствующему периоду прошлого года.**



**Источник: Минэкономразвития России**

.....

Основное влияние на развитие сельского хозяйства в 2010 году оказала аномальная засуха в 43 регионах, гибель сельскохозяйственных культур зафиксирована на площади 13,3 млн. га, прямой ущерб определен в объеме 41,8 млрд. руб. Наиболее пострадавшими считаются Приволжский и Центральный федеральные округа.

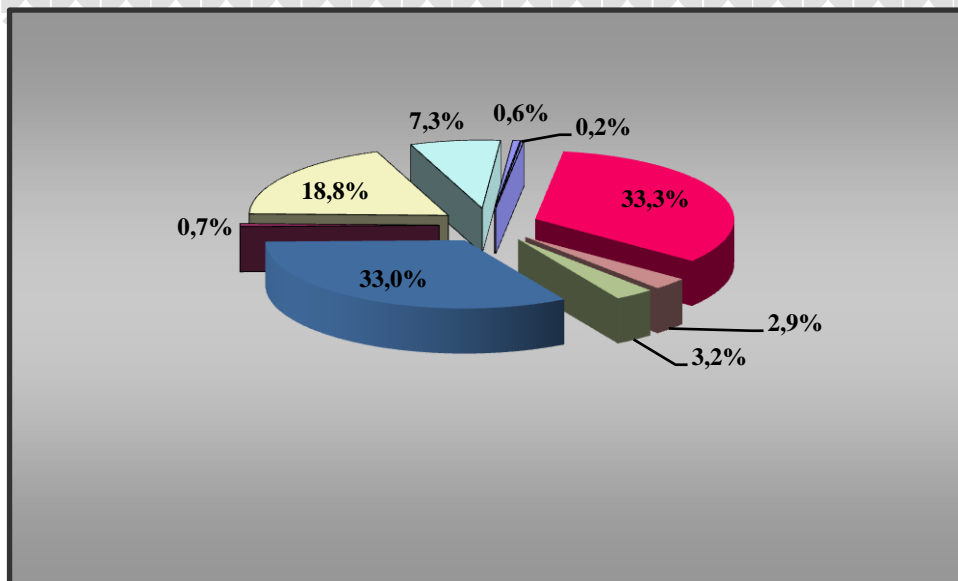
.....

## **СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА**

Сегментацию рынка замороженных продуктов можно произвести по следующим признакам:

- видам полуфабрикатов;
- каналам дистрибуции;
- типам упаковки.

**Диаграмма. Сегментация рынка по видам замороженных полуфабрикатов, 2010 год.**



**Источник: Euromonitor International**

На российском рынке наибольшим спросом пользуются следующие виды замороженных полуфабрикатов:

- красное мясо
- рыба/морепродукты
- картофель
- готовые блюда
- птица
- овощи
- десерты
- пицца и т.д.

Рассматривая сегменты рынка замороженных полуфабрикатов необходимо отметить, что объем и динамика рынка напрямую зависит от развития основного сегмента рынка –пельменей. Для рынка пельменей характерна низкая степень концентрации производства. На рынке присутствуют как крупные производители, так и многочисленные средние, чье производство расположено в регионах.

.....



Основным каналом дистрибуции замороженных полуфабрикатов до финансового кризиса был розничный ритейл.

Основными видами упаковки для полуфабрикатов являются:

- полипропиленовая пленка;
- картон;
- стрейч-пленка;
- пенополистерольные контейнеры.

**Диаграмма 2. Структура сегмента замороженных мясных полуфабрикатов по типам упаковки, по объему продаж в стоимостном выражении, %.**

Источник: «Бизнес Аналитика»

Так же можно произвести сегментацию рынка замороженных полуфабрикатов по ценовому признаку.

Выделяют три основных ценовых сегмента:

- среднеценовой
- низкоценовой
- премиум.

**Таблица. Ценовые сегменты рынка замороженных полуфабрикатов на примерепельменей, руб./кг.**

Сегмент	Ценовые интервалы, руб. за кг.
Массмаркет	
Средний ценовой сегмент	
Премиум	

Источник: «Замороженные продукты»



## КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА

По данным Euromonitor International объем рынка замороженных полуфабрикатов по итогам 2010 года может составить ... млн. руб., что на ...% больше показателя 2009 г.

**Таблица. Емкость российского рынка замороженных полуфабрикатов, %, \$ млрд.**

Показатели	2008	2009	2010 (предварительные данные)	2011 (прогноз)	2012 (прогноз)
Емкость рынка, \$ млрд.					
Рост рынка в год, %					
Среднегодовой курс \$					
Емкость рынка, тыс. тонн					
Рост рынка в год, %					

**Источник: оценка компании «Продукты питания»**

Компании «Продукты питания» оценивает российский рынок замороженных полуфабрикатов следующим образом: емкость рынка по итогам 2010 г. может составить \$... млрд. в денежном выражении и ... тыс. тонн в натуральном.

.....

Наибольший рост показывает сегмент ... и ..., что в совокупности составляет более 60%.

.....

По данным ФТС РФ основными поставщиками замороженных мясных полуфабрикатов (ТН ВЭД 1602) в Россию в стоимостном выражении являются ... 50,4%, ... 19,4% и ... 13,6%.





## **КОНКУРЕНЦИЯ НА РЫНКЕ**

Рынок замороженной продукции насчитывает более двухсот участников.

.....

Одной из особенностей рассматриваемого рынка является его региональная направленность. В московском регионе с ощутимым преимуществом лидерство удерживает компания «МЛМ-Фуд». Одним из лидеров рынка последних нескольких последних лет в сегменте производства полуфабрикатов из мяса птицы является калининградская компания «Продукты питания».

.....

### **ОПИСАНИЕ ПРОФИЛЕЙ КРУПНЕЙШИХ ИГРОКОВ РЫНКА**

#### **ЗАО «ПРИОСКОЛЬЕ»**

<http://www.prioskol.ru>

#### **О компании**

В декабре 2003 года собственниками компании была приобретена обанкротившаяся птицефабрика в Новооскольском районе и за пять лет компания стало крупнейшим поставщиком качественного и экологически чистого мяса птицы на российский рынок. На сегодняшний момент ЗАО «Приосколье» является лидером отечественного рынка мяса птицы и возглавляет список трехсот самых эффективных и успешных российских компаний, членов клуба «Агро — 300».

#### **Виды деятельности**

Выращивание и переработка мяса птицы.



## Торговые марки

- Славная марка
- Приосколье
- Альсафа
- Куриная симфония
- Коко пулет
- Флай де ланч
- Пикник с Приосколье

## Основные показатели деятельности

Компания располагает собственным инкубаторным парком на 210 млн. бройлерных цыплят в год, общий объем производства курочек родительского стада 5 млн. голов в год, что дает возможность получить в дальнейшем 1 млн. тонн мяса птицы. Компания имеет 16 действующих откормочных площадок мощностью 300 тыс. тонн мяса птицы в живом весе в год и еще 8 мощностью по 12 тыс. тонн мяса птицы в год планировалось ввести в эксплуатацию до 2010 года

## Планы по развитию

ЗАО «Приосколье» — один из участников приоритетного проекта «Развитие АПК». В настоящее время проектная мощность птицекомплекса составляет:

- 400 тыс. тонн мяса птицы в живом весе;
- 360 млн. штук инкубационных бройлерных яиц.



## **О компании**

Компания "Продукты Питания" основана в 1994 г. Строительство собственной производственной базы по выпуску замороженных полуфабрикатов началось с нуля в 1998 году в Калининграде, а уже в 2000 г. завод начал работать на полную мощность. В 2010 году в г. Гусев Калининградской обл. был введен в эксплуатацию новый завод компании по производству консервов в соответствии с ГОСТ. Заводы компании оборудованы современными высокотехнологичными производственными линиями Convenience Food Systems, Stein, Frigscandia Equipment, Dominioni. Для автоматизации организации производства внедрены передовые системы класса ERP и MRP mySAP All-in-One. На сегодняшний момент компания «Продукты Питания» один из крупнейших производителей замороженных полуфабрикатов в России и Восточной Европе. Лидер рынка по производству продукции из мяса птицы. Компания является одним из крупнейших работодателей и инвесторов Калининградской области. В компании работает 1 500 сотрудников, из них 1 200 занято на производстве.

## **Виды деятельности**

- Замороженные полуфабрикаты
- Мясо цыпленка в собственном соку
- Свиная и говяжья тушенка
- Готовые обеды (лазанья)
- Горячие закуски
- Продукция из теста
- Пельмени
- Продукты из фарша



### Торговые марки

- Золотой петушок
- Домашняя сказка

### Основные показатели деятельности

.....

### Планы по развитию

.....

## **ОАО «ОСТАНКИНСКИЙ МЯСОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИЙ КОМБИНАТ»**

[www.ompk.ru](http://www.ompk.ru)

### О компании

ОАО «Останкинский мясоперерабатывающий комбинат» является одним из ведущих производителей мясной продукции и лидером рынка колбасных изделий по итогам 2009 года. В 1998 году на предприятии произошла масштабная реконструкция, было заменено оборудование. С тех пор комбинат достаточно стабильно развивается. В настоящее время компания включает в себя три производственные площадки: в Москве, Ступино и Коровино, а также два свиноводческих комплекса.

.....

Таблица. Сравнительная характеристика крупнейших игроков (производителей) российского рынка рыбы и морепродуктов



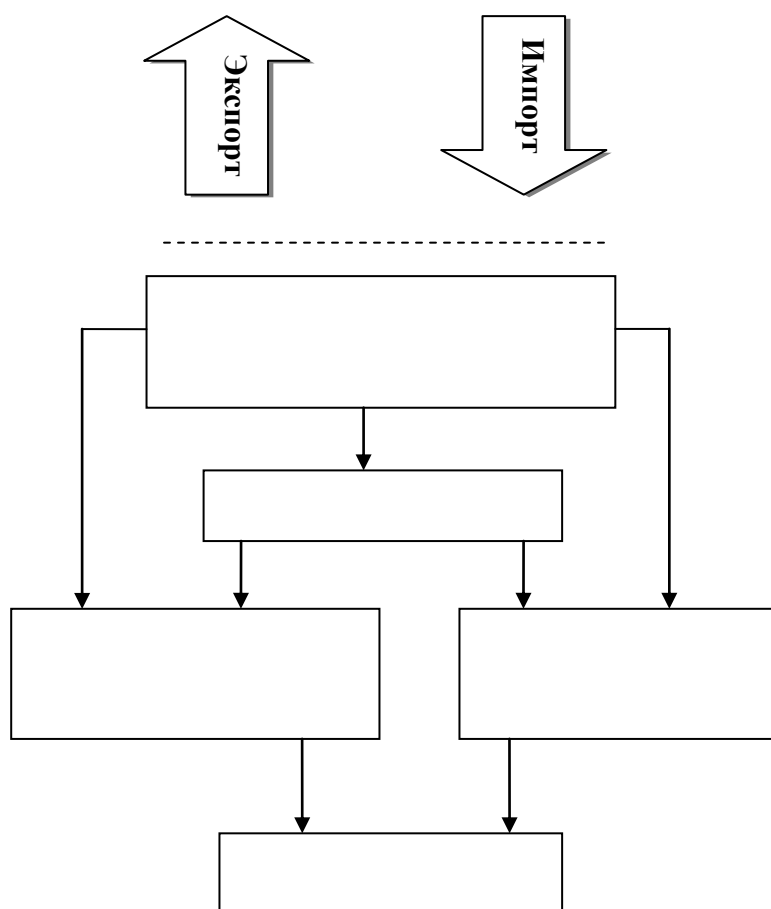
Название компании	Дата основания	Кол-во сотрудников	Основные виды деятельности	Торговые марки	Основные показатели деятельности	Планы по развитию
ЗАО «Приосколье»						
ООО «Продукты Питания Комбинат»						
ЗАО «Поком»						
ОАО «ОМПК»						
ООО «Шельф-2000»						
ООО «Сибирский Гурман-Новосибирск»						
ООО «Талосто-Продукты»						

Источник: «Маркет Аналитика»



## КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ

### Схема. Особенности сбытовых компаний.



Источник: «Маркет Аналитика»

Основных участников рынка можно объединяют по следующим группам:

- ...
- Локальные региональные игроки
- Зарубежные производители (либо отечественные поставщики, которые специализируются на дистрибьюции импортной продукции)
- ....

Основными форматами розничной торговли являются



1. Несетевые форматы розничной торговли:

- рынок
- палатка
- магазин у дома, магазин шаговой доступности
- мини-маркет
- супермаркет

2. Сетевые форматы розничной торговли:

- cash & carry
- гипермаркеты
- супермаркеты
- дискаунтеры

.....

Сегмент ... является достаточно большим сегментом дистрибуции замороженных полуфабрикатов. Однако во время финансового кризиса этот сегмент серьезно пострадал.

.....

## АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Основным потребителем на рынке продуктового ритейла в общем и рынке замороженных полуфабрикатов в частности является бытовой сектор, т.е. все население страны. По данным Госкомстата численность населения России, по состоянию на 1 января 2010 года, составила 141,9 млн. человек, из которых 103,7 млн. проживает в городе, а 38,2 млн. в сельской местности.



Потребители в большинстве городов России чаще всего отдают предпочтение местным производителям. Среди мотивов и тенденций потребительских предпочтений можно выделить следующие:

.....

**Таблица. Знание марок замороженных полуфабрикатов, Москва февраль 2010 г., % от числа опрошенных.**

Марки	Первая названная марка	Спонтанное знание	Знание с подсказкой
"Золотой петушок"			
"Морозко"			
Sadia			
"Богатырские"			
"Дарья"			

**Источник: Magram Market Research**

Москве и Санкт-Петербурге в 2008 – 2009 годах зафиксирован рост таких сегментов, как:

- ...(%)
  - ...
  - ...
  - ...
  - ...
- .....

Наиболее частыми причинами изменения частоты покупок респонденты называли ухудшение вкуса и качества продукции.

.....





## STEEPLE - АНАЛИЗ РЫНКА

STEEPL-анализ - маркетинговый инструмент, предназначенный для выявления политических (Political), экономических (Economic), социальных (Social), технологических (Technological), экологических (Ecology) и правовых (legal) аспектов внешней среды которые могут повлиять на стратегию компании. Каждый фактор имеет знак (-) или (+) – в зависимости от качества влияния его на рынок. Данный вид анализа выявляет значимые для развития рынка факторы, а также представляет оценку степени влияния этих факторов на изучаемую отрасль.

<b>S</b>	<b>Социальные факторы</b>
	<ul style="list-style-type: none"><li>• ...</li><li>• ...</li></ul>
<b>T</b>	<b>Технологические факторы</b>
	<ul style="list-style-type: none"><li>• ...</li></ul>
<b>E</b>	<b>Экономические факторы</b>
	<ul style="list-style-type: none"><li>• ...</li><li>• ...</li><li>• ...</li></ul>
<b>E</b>	<b>Факторы окружающей среды</b>
	<ul style="list-style-type: none"><li>• ...</li></ul>
<b>P</b>	<b>Политические факторы</b>
	<ul style="list-style-type: none"><li>• ...</li><li>• ...</li><li>• ...</li></ul>
<b>L</b>	<b>Правовые факторы</b>
	<ul style="list-style-type: none"><li>• ...</li><li>• ...</li><li>• ...</li></ul>
<b>Ethic</b>	<b>Этические факторы</b>
	<ul style="list-style-type: none"><li>• ...</li><li>• ...</li></ul>

Источник: «Маркет Аналитика»



## РИСКИ И БАРЬЕРЫ РЫНКА

Среди **барьеров** для выхода на рынок нового игрока могут стать следующие факторы:

.....

**Рисками** для компаний, существующих на рынке, могут стать:

.....

### Перечень таблиц и диаграмм

Диаграмма 3. Динамика производства пищевых продуктов, включая напитки и табак в январе-декабре 2007-2010 г.г., в % к соответствующему периоду прошлого года.

Диаграмма 4. Индекс производства продукции сельского хозяйства за январь-декабрь 2007-2010 гг., в % к соответствующему периоду предыдущего года.

Диаграмма 5. Сегментация рынка по видам замороженных полуфабрикатов, 2010 год.

Диаграмма 6. Динамика потребления некоторых сегментов рынка, 2008-2009 г.г.

Диаграмма 7. Изменение долей сегментов в объеме рынка, 2005-2010гг., прогноз на 2011г.

Диаграмма 8. Каналы дистрибуции замороженных полуфабрикатов.

Диаграмма 9. Реализация замороженных полуфабрикатов в структуре розничного ритейла.

Диаграмма 10. Структура сегмента замороженных мясных полуфабрикатов по типам упаковки, по объему продаж в стоимостном выражении, %.

Диаграмма 11. Структура сегментапельменей по типам упаковки, по объему продаж в стоимостном выражении, %.

Диаграмма 12. Структура сегментапельменей по объему упаковки, %, гр.

Диаграмма 13. Структура сегмента пицца, по типам упаковки, %.

Диаграмма 14. Объем и темпы роста российского рынка замороженной переработанной продукции, 2005-2010 г.г. с учетом текущих цен, прогноз на 2011 г., %, млн. руб.

Диаграмма 15. Объем и темпы роста сегмента красного мяса, 2005-2010 г.г. с учетом текущих цен, прогноз на 2011 г., %, млн. руб.



Диаграмма 16. Объем и темпы роста сегмента птицы, 2005-2010 г.г. с учетом текущих цен, прогноз на 2011 г., %, млн. руб.

Диаграмма 17. Объем и темпы роста сегмента рыбы и морепродуктов, 2005-2010 г.г. с учетом текущих цен, прогноз на 2011 г., %, млн. руб.

Диаграмма 18. Объем и темпы роста сегмента овощей, 2005-2010 г.г. с учетом текущих цен, прогноз на 2011 г., %, млн. руб.

Диаграмма 19. Объем и темпы роста сегмента картофеля, 2005-2010 г.г. с учетом текущих цен, прогноз на 2011 г., %, млн. руб.

Диаграмма 20. Объем и темпы роста сегмента десертов, 2005-2010 г.г. с учетом текущих цен, прогноз на 2011 г., %, млн. руб.

Диаграмма 21. Объем и темпы роста сегмента готовых блюд, 2005-2010 г.г. с учетом текущих цен, прогноз на 2011 г., %, млн. руб.

Диаграмма 22. Объем и темпы роста сегмента пиццы, 2005-2010 г.г. с учетом текущих цен, прогноз на 2011 г., %, млн. руб.

Диаграмма 23. Объем и темпы роста других видов замороженной переработанной продукции, 2005-2010 г.г. с учетом текущих цен, прогноз на 2011 г., %, млн. руб.

Диаграмма 24. Импорт замороженных мясных полуфабрикатов в стоимостном выражении, 2009г.

Диаграмма 25. Возрастной состав населения, % от общей численности населения, Россия, 2010 г.

Диаграмма 26. Структура населения по половому признаку % от численности населения, Россия, 2010 г.

Диаграмма 27. Структура населения по территориальному признаку, Россия, 2010 г.

Диаграмма 28. Частота покупокпельменей, % от числа опрошенных

Диаграмма 29. Изменение частоты покупокпельменей, % от числа покупателей

Диаграмма 30. Причины изменения частоты покупокпельменей, % от числа опрошенных

Диаграмма 31. Спонтанная известность марокпельменей, % от числа покупателей



Диаграмма 32. Предпочтения потребителей по маркампельменей, % от числа покупателей, 2008-2009 г.г.

Диаграмма 33. Узнаваемость рекламной кампании марокпельменей, % от числа покупателей, 2008-2009 г.г.

Таблица 1. Методы консервирования продуктов заморозкой

Таблица 2. Потеря влаги в зависимости от различных способов заморозки.

Таблица 3. Основные показатели развития экономики, 2004-2010 г.г.

Таблица 4. Показатели ВВП за период 2004-2010 г.г.

Таблица 5. Объемы производства (промышленность, сельское хозяйство, строительство, транспорт, розничная торговля), 2004-2010 г.г.

Таблица: 6. Инвестиции в основной капитал, 2004-2010 г.г.

Таблица: 7. Основные социальные показатели.

Таблица: 8. Показатели инфляции.

Таблица 9. Оценка состояния российской экономики

Таблица 10. Основные показатели развития экономики в 2009-2013 гг. (прирост/снижение в % к соответствующему периоду предыдущего года).

Таблица 11. Валовые сборы и урожайность основных сельскохозяйственных культур в хозяйствах всех категорий, 2009-2010 г.г.

Таблица 12. Производство основных видов продукции животноводства в хозяйствах всех категорий, 2009-2010 г.г.

Таблица 13. Рыба и прочая продукция рыболовства и рыбоводства, 2009-2010 г.г.

Таблица 14. Объем реализации основных сельскохозяйственных продуктов сельскохозяйственными организациями, 2009-2010 г.г.

Таблица 15. Ценовые сегменты рынка замороженных полуфабрикатов на примерепельменей, руб./кг.

Таблица 16. Емкость российского рынка замороженных полуфабрикатов, %, \$ млрд.

Таблица 17. Емкость российского рынка замороженных полуфабрикатов по сегментам, %, \$ млрд.



Таблица 18. Финансовые результаты ОАО «ОМПК» за 2006-2010 гг.

Таблица 19. Финансовые результаты Группы «Галосто», 2003-2007 г.г.

Таблица 20. Сравнительная характеристика крупнейших игроков рынка,

Таблица 21. Показатели естественного движения населения, Россия, 2009-2010 г.г.

Таблица 22. Структура населения по величине среднедушевых денежных доходов, Россия 2009-2010 г.г.

Таблица 23. Стоимость минимального набора продуктов питания, входящих в потребительскую корзину (для мужчин трудоспособного возраста), Россия, руб., 2007-2011 г.г.

Таблица 24. Знание марок замороженных полуфабрикатов, Москва февраль 2010 г., % от числа опрошенных.

Таблица 25. Показатели привлечения потребителей по маркам замороженных полуфабрикатов, Москва февраль 2010 г., % от числа опрошенных.

Таблица 26. Показатели удержания потребителей по маркам замороженных полуфабрикатов, Москва, февраль 2010 г., %

Таблица 27. Показатели привлечения и удержания потребителей по маркам замороженных полуфабрикатов, Санкт-Петербург, февраль 2010 г., %.

Таблица 28. Показатели привлечения и удержания потребителей по маркам замороженных полуфабрикатов, Калининград, февраль 2010 г., %

Схема 1. Особенности сбытовых компаний.

Схема 2. Система ценовых методов (методов ценообразования).

Приложение 1. Индексы цен на сельскохозяйственную продукцию и продовольственные товары в ноябре-декабре 2010 г.

Приложение 2. Демографический прогноз до 2030 года.