

ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА МЯСНОЙ ПРОДУКЦИИ ПРИМОРСКОГО КРАЯ. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ

*Н.С. МАРТЫШЕНКО, кандидат экономических наук, профессор кафедры международного маркетинга и торговли, Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
e-mail: natalya.martyshenko@vvsu.ru*

Аннотация

По объемам производства мяса в России в последние годы достигнуты значительные результаты. Сегодня на повестке дня стоит вопрос повышения качества и безопасности мясной продукции. Исследуются особенности восприятия потребителями качества готовых мясных продуктов. Для анализа потребительского рынка мясной продукции Приморского края был проведен опрос потребителей по городам края. Для улучшения качества продукции необходимо наладить взаимодействие потребителей и производителей мясной продукции.

Ключевые слова: региональный рынок мясной продукции, маркетинговые исследования, анкетный опрос, качество мясной продукции, безопасность мясной продукции.

Питание является важнейшей составляющей здоровья человека. По данным Всемирной организации здравоохранения состояние здоровья человека лишь на 15% зависит от организации медицинской службы. Примерно такой же процент приходится на генетические особенности, 70% здоровья определяются образом жизни и питанием. Количество потребления мяса и мясной продукции – один из определяющих компонентов рациона сбалансированного питания. В России после спада потребления мяса с введением экономических санкций последнее время наметился рост его потребления (рис. 1). Ожидается, что в 2017 г. будет достигнута биологическая норма потребления мяса на человека в объеме 75 кг в год.

Лидирующую позицию по потреблению мяса в настоящее время занимают США,

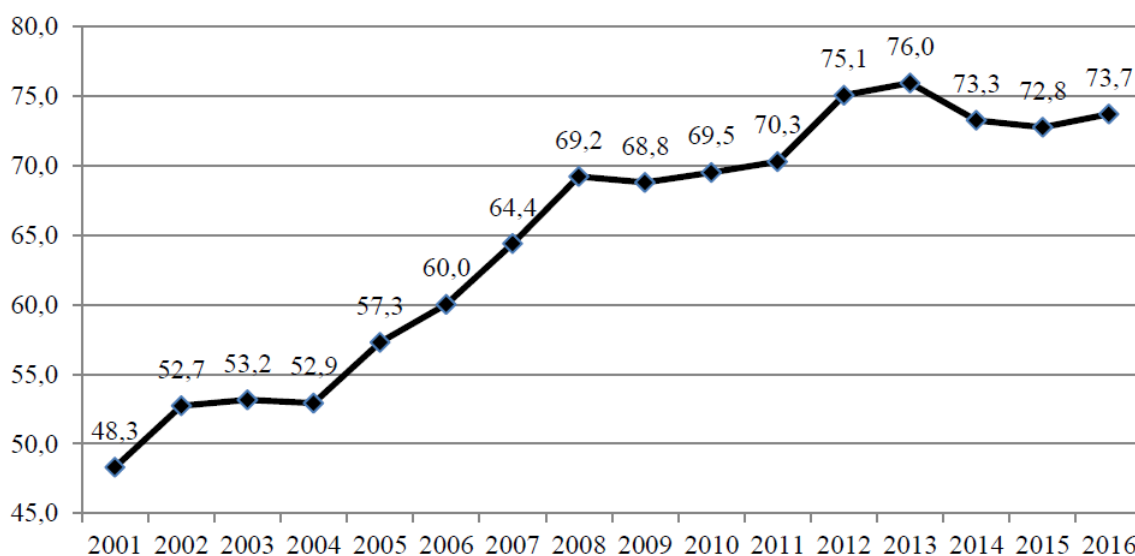


Рис.1. Динамика потребления мяса всех видов РФ на человека в год [14]

где приходится 120,2 кг в год на человека. В развитых европейских странах этот показатель тоже достаточно высок: в Германии – 88,1 кг; во Франции – 86,7; в Испании – 97; в Великобритании – 83,6 кг мяса на человека в год. Тенденции мирового производства и потребления мяса рассматриваются в работах [3, 13].

Однако количественные показатели потребления мяса на душу населения не в полной мере отражают качество питания в различных странах. В европейских странах в связи с распространением культа здорового образа жизни некоторые слои населения даже снижают потребление мяса. На рынках развитых стран наблюдается рост спроса на органическое мясо. Основное различие между обычным и органическим мясом заключается в корме для скота. Органическая продукция – это продукция с максимально естественным жизненным циклом, при производстве которой не используются пестициды, регуляторы роста, искусственные добавки, а также генетически модифицированные продукты.

Следует заметить, что средние показатели потребления мясной продукции тоже не отражают полную картину. В России крайне

неравномерное потребление мяса и мясopодуктов как по регионам, так и по социальным группам. Если в Москве в 2016 г. потребление мяса составило 96 кг на человека, то в Приморском крае этот показатель равен 63 кг. Трудно представить, сколько мясной продукции могут себе позволить потреблять пенсионеры и другие малообеспеченные слои населения.

В последние годы Россия существенно повысила производство мяса, что позволило достигнуть продовольственной независимости по этому продукту питания (рис. 2).

Анализу развития российского рынка мяса посвящены работы [4, 15, 17]. Уровень самообеспеченности России мясом увеличился с 61,5% в 2006 г. до 92,0% в 2016 г. Многие авторы связывают достигнутый прогресс в обеспечении населения России мясом с реализацией программы импортозамещения [1, 19, 21].

В большой степени продовольственная безопасность РФ была обеспечена за счет производства мяса птицы. Однако в последнее время наметилась положительная динамика производства свинины. В 2016 г. прирост производства по свинине составил

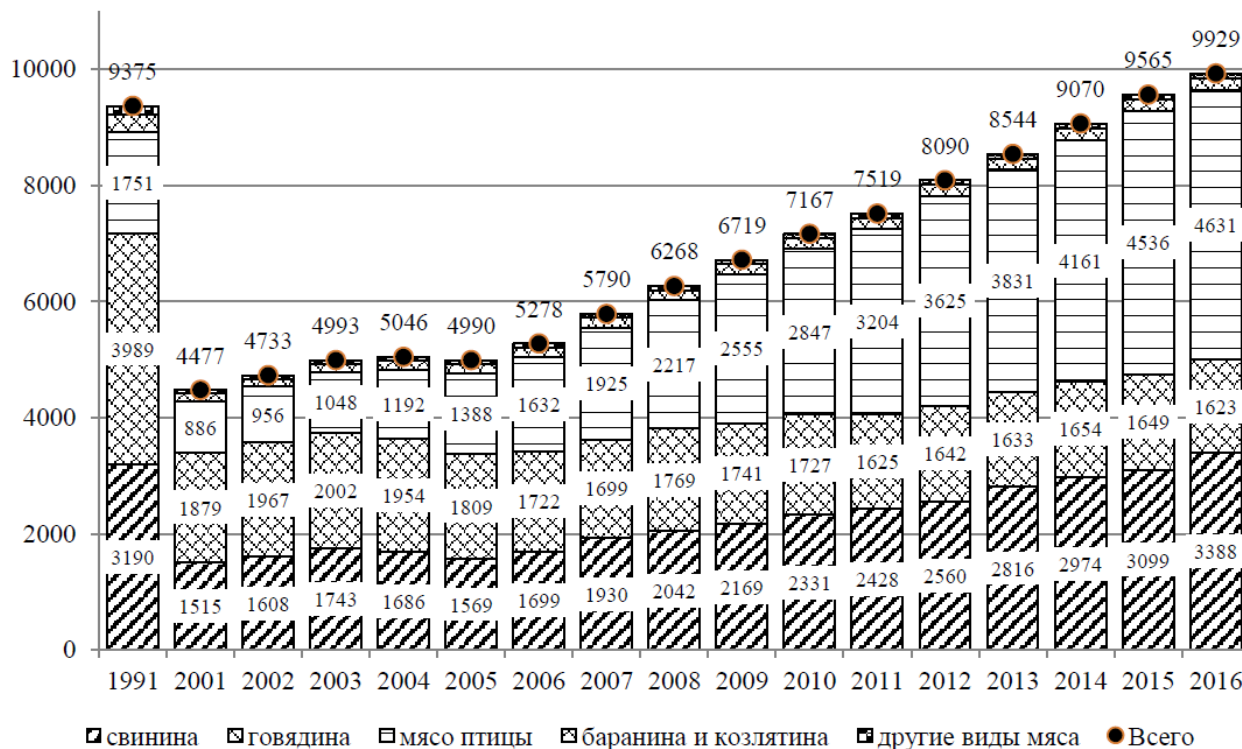


Рис. 2. Динамика производства мяса по видам в России в убойном весе, тыс т [14]

почти 10% (в промышленном свиноводстве – на 13%), что в абсолютных цифрах составляет около 300 тыс. т в убойном весе. Россия сегодня вошла в пятерку крупнейших производителей свинины в мире. По оценке зарубежных экспертов, мировое свиноводство в ближайшие годы будет прирастать в основном за счет России. Производство говядины в России пока существенно отстает, так как оно является более трудоемким и окупается гораздо дольше. Для снижения себестоимости мяса говядины необходимо наладить индустриальное производство этого вида мяса. Необходима большая поддержка со стороны федеральных и региональных властей и, конечно, инициатива со стороны самого бизнеса [9, 20].

Одним из регионов, где наметились тенденции к увеличению собственного производства мяса, является Приморский край [2]. Потребности края в мясных продуктах в настоящее время обеспечиваются только на 40–50%, и регион продолжает оставаться импортером мясной продукции. Решение проблемы обеспечения региона собственным мясом стало возможным после прихода в регион крупных федеральных производителей мясопродукции, таких как группа компаний «Русагро» и «Мерси Трейд». Они – одни из первых, кто решил воспользоваться льготным режимом развития производства, предоставляемого в рамках закона о территориях опережающего развития (ТОР). Вопрос самообеспечения края свининой можно будет решить за три-четыре года, в течение которых реализуются глобальные проекты, запланированные в рамках ТОР «Михайловский». Предполагается, что с выходом предприятий на производственную мощность производство свинины в крае будет увеличено в 12 раз. Производители рассчитывают в будущем выйти на рынок соседнего с краем Китая. В настоящее время официально рынок Китая закрыт для российского мяса. Однако вопрос поставок мяса из Приморского края активно обсуждается правительствами обеих стран. В настоящее время Китай потребляет 52% всей свинины, производимой в мире. В связи с тем что Китай планирует существенное сокращение производства свинины на своей территории, шансы на открытия рынка страны для российских производителей свинины из отдельных регионов России очень высоки.

Производство мяса в регионе является важнейшим фактором формирования регионального рынка мясопродукции. По мнению многих экспертов, рынок мясопродукции следует оценивать по состоянию потребительского рынка. Исследование особенностей поведения потребителей на региональных рынках мясопродукции – это самостоятельное научное направление. Вопросы анализа мотивации потребителей рассматриваются в работах [5, 7, 16]. В большинстве работ по данной тематике используются стандартные методы маркетинговых исследований локальных рынков [6, 8].

Настоящая работа отличается тем, что основное внимание сосредоточено на исследовании особенностей восприятия потребителями качества готовых мясных продуктов и его индикаторов.

Большинство исследований по совершенствованию качества мясопродукции сосредотачивают свое внимание на улучшении технологических процессов производства мяса, а не на перерабатывающих предприятиях, поставляющих продукцию из мяса на прилавки магазинов [12, 18].

Основными субъектами рынка мяса и мясопродуктов в настоящем исследовании явились: потребители мясной продукции и их лояльность к предприятиям мясной отрасли Приморского края и соседних регионов.

Исследование проведено в рамках тематики кафедры международного маркетинга и торговли Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. Исследования локальных рынков проводятся на кафедре более 10 лет [11].

Для анализа потребительского рынка мясной продукции Приморского края был проведен опрос потребителей различных городов Приморского края. Опрос производился в течение 3 месяцев (март–май 2017 г.). В опросе участвовало около 600 респондентов. Более 80% опрошенных составили жители города Владивостока. Анкета включала 34 вопроса. В данной публикации рассматривается анализ данных только по части вопросов, раскрывающих задачи данной работы.

Структура потребления мяса по видам представлена на рис. 3 (здесь и далее все графики на рисунках построены по данным анкетного опроса, проведенного автором). Потребление мяса птицы преобладает в

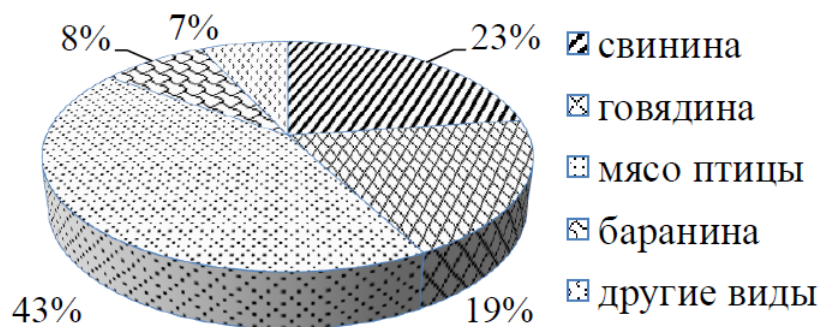


Рис. 3. Структура потребления по видам мяса (разработан автором)

структуре потребления (43%). Потребление мяса свинины (23%) немногим больше потребления мяса говядины (19%). Объем потребления мяса птицы немногим больше потребления объема свинины и говядины вместе взятых.

Более высокое потребление мяса птицы объясняется не приверженностью населения к диетической пище, а больше связано с тем, что цена 1 кг мяса птицы в среднем более чем в два раза меньше цены 1 кг мяса говядины и 1 кг свинины. То есть при выборе мяса цена имеет очень важное значение. Мясо птицы в основном, представлено российскими производителями, а другие виды мяса чаще всего бывают завезены из других стран. Следует отметить, что при прочих равных условиях российские потребители предпочитают отечественную продукцию.

В структуре расходов на продукты питания 35% потребителей отмечает, что на мясо и мясную продукцию приходится около 20% расходов на продукты питания (рис. 4).

Около 33% потребителей указали, что доля расходов на мясо и мясную продукцию составляет свыше 30%. То есть расходы на мясную продукцию составляют существенную долю в расходах на питание.

При том что цены на мясную продукцию за год в крае в среднем выросли не менее чем на 10%, нельзя сказать, что это существенно повлияло на потребление мясных продуктов за последний год (рис. 5). Количество респондентов, указавших на уменьшение части мясной продукции (27%), близко к количеству респондентов, отметивших увеличение потребления (22%). Однако уменьшение объема потребления мясной продукции оценивается в 22%, а увеличение – около 10%.

Часть респондентов связывает увеличение объема потребления мясной продукции с тем, что в из-за изменения цен на другие продукты изменилась структура потребления в сторону увеличения потребления мясной продукции. Например, молочные продукты подорожали гораздо больше, чем мясные. Около половины

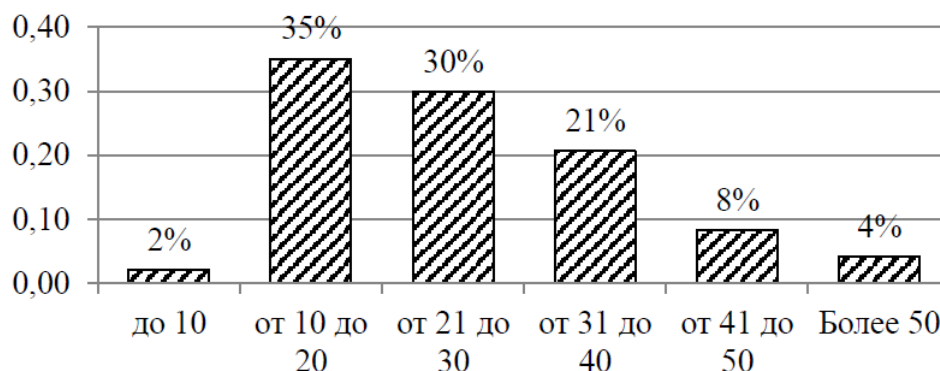


Рис. 4. Оценка доли расходов на мясо и мясную продукцию в структуре расходов на продукты питания (разработан автором)

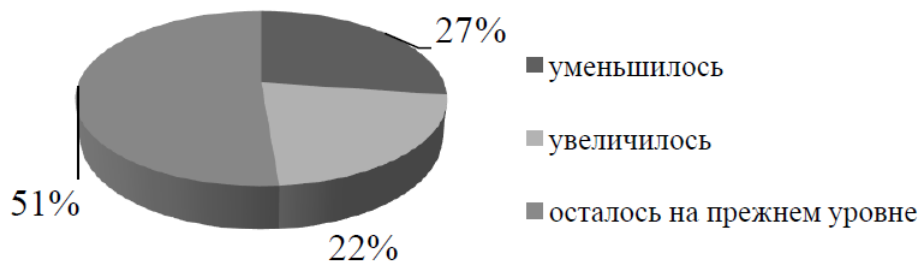


Рис. 5. Оценка изменения в объеме потребления мяса и мясной продукции на территории Приморского края в 2017 г. (разработан автором)

респондентов (51%) ответили, что потребление мясной продукции у них не изменилось.

Большая часть потребителей указывает, что они не ограничивают себя в потреблении мясной продукции (69%). Группа потребителей, которые отметили, что им приходится экономить на потреблении мясных продуктов, составляет 20% от общего числа опрошенных (рис. 6).

Большинство потребителей г. Владивостока (63%) приобретает мясопродукцию в крупных супермаркетах несмотря на то, что в

среднем цены в супермаркетах превышают цены в обычных магазинах и в небольших павильонах на 5–15%. В обычных магазинах продукцию покупают 17% респондентов, в павильонах на рынках – 17%.

Большинство потребителей (57%) не заметило ухудшения качества мясной продукции за последний год (рис. 7). Около 30% отмечают ухудшение качества продукции, 13% – считают, что качество продукции за год улучшилось.



Рис. 6. Оценка потребителями соответствия своего потребления мясной продукции нормам потребления (разработан автором)



Рис. 7. Оценка изменения качества мясной продукции в Приморском крае (разработан автором)

Структурные изменения потребительского рынка мясной продукции оценивались с помощью открытого вопроса: «Какие изменения, на ваш взгляд, произошли на рынке мясной продукции Приморского края за последний год?». Открытая форма вопроса позволяет выявить более широкий спектр мнений потребителей. При ответе на данный вопрос респонденты могут приводить несколько характеристик, касающихся наблюдаемого ими явления. Однако для обработки данных открытых вопросов требуется применение специальной технологии обработки качественных данных [10]. В результате обработки данных было выделено 10 типовых ответов на данный вопрос. Частотный ряд встречаемости типовых ответов представлен на рис. 8. Сумма частот может превышать единицу, поскольку респонденты иногда указывают несколько наблюдаемых ими изменений в потреблении.

Часть опрошенных (22%) никаких изменений в потреблении мясной продукции за последний год не заметила. К числу таких респондентов относятся потребители, представляющие средний класс, представители которого не особенно обращают внимания на цену приобретаемых продуктов. Отметим повышение цен на мясо и мясную продукцию за последний год 21% респондентов. Среди часто встречающихся ответов оказались те, в которых отмечается расширение ассортимента и появление новых торговых марок (вместе 30%). Достаточно много респондентов обратили внимание на ухудшение качества мясной продукции, представленной на рынке региона (16%).

На вопрос анкеты «Приходилось ли Вам приобретать некачественную мясную продукцию в течение последнего года?» более 30% респондентов ответили, что качество приобретенной ими мясной продукции не оправдывало их ожиданий (рис. 9).

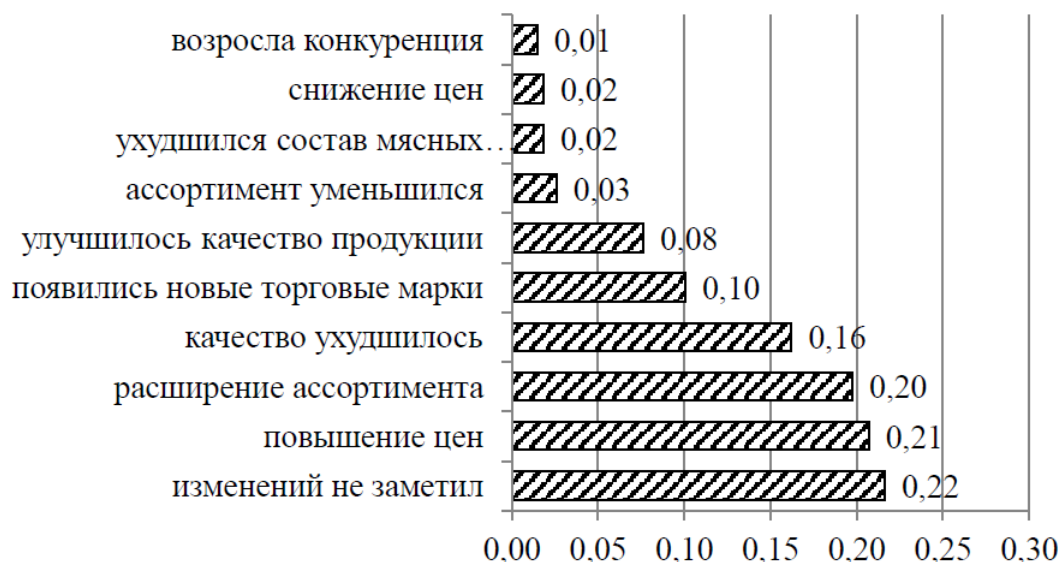


Рис. 8. Распределение оценок потребителями изменений на рынке мясной продукции в Приморском крае в 2017 г. (разработан автором)

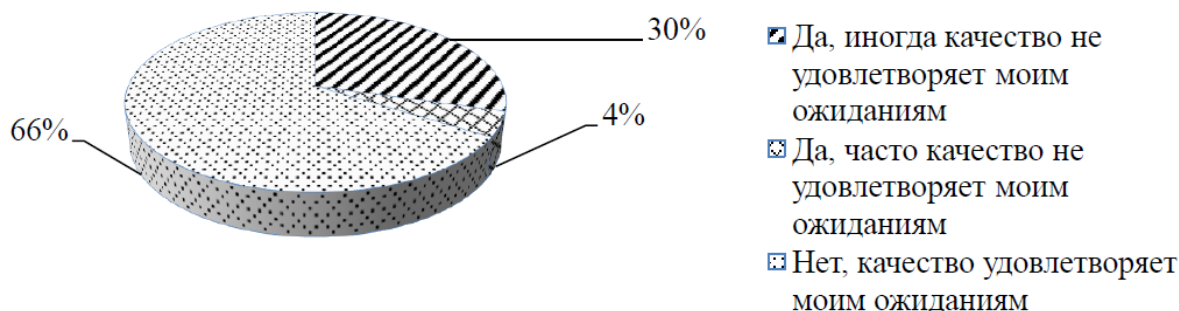


Рис. 9. Распределение потребителей мясной продукции на рынке Приморского края по частоте приобретения некачественной продукции (разработан автором)

В настоящее время большая часть населения использует в своей повседневной жизни мобильные устройства. С принятием правительством страны курса на развитие цифровой экономики расширяются возможности установления обратной связи с управленческими и контролирующими органами.

Такие механизмы могли бы быть задействованы и в процессе повышения качества мясной продукции. Большинство респондентов

выразило готовность высказывать свое мнение о качестве приобретаемой мясной продукции на специальном сайте (рис. 10).

Проведенные исследования показали, что в последние годы на региональном рынке Приморского края наметилась тенденция ухудшения соотношения цены и качества мясной продукции. В своем стремлении снизить себестоимость продукции производители мясной продукции снижают качество.

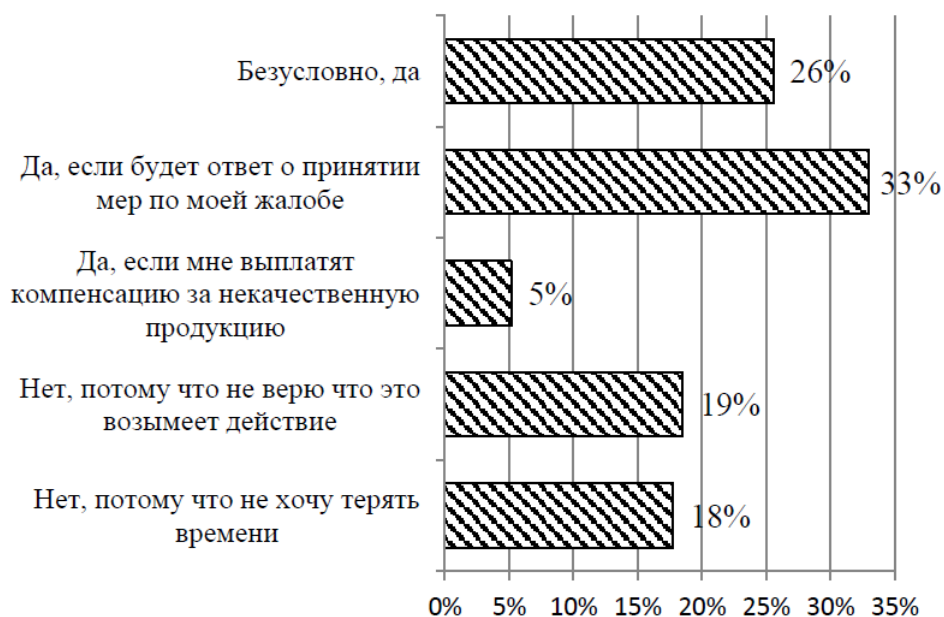


Рис. 10. Распределение ответов респондентов относительно возможности пожаловаться на специальном интернет-сайте на качество приобретенной мясной продукции (разработан автором)

Многие жители Приморского края высказывают свои нарекания по составу колбас и мясных полуфабрикатов. Наибольшие опасения у потребителей вызывает то, что в продуктах могут содержаться ненатуральные и вредные для здоровья «химические» ингредиенты. Большинство потребителей указывают на необходимость ужесточения контроля качества мясной продукции, особенно колбасных изделий.

Отдельные производители, поставляя на рынок новую продукцию, в начале привлекают потребителей высоким качеством, а потом, когда потребители начинают ее покупать, резко снижают качество, рассчитывая на инерцию спроса на рынке.

Посредником между потребителями и производителями мясной продукции выступают торговые сети, которые уклоняются от ответственности за низкое качество предлагаемых

ими мясных продуктов. Большинство потребителей сегодня не верит в возможность повлиять на производителей в плане поставок продукции низкого качества.

Требуется расширение прав потребителей. Процедуры жалоб рядовых граждан на некачественную продукцию должны быть максимально упрощены. Решить проблему повышения качества мясной продукции без широкого привлечения общественности невозможно. Для обеспечения обратной связи необходимо шире использовать информационные технологии.

Библиографический список

1. Боговиз А.В., Бугай Ю.А., Чуринов А.Н. Развитие рынка мяса на основе полного импортозамещения // Экономика сельского хозяйства России. 2016. № 11. С. 32–37.

2. Бондаренко А.И. Развитие мясного рынка Приморского края в условиях продуктового эмбарго // Экономика и предпринимательство. 2016. № 11–1 (76–1). С. 624–629.
3. Данкверт С.А., Холманов А.М., Осадчая О.Ю. Торговля мясом в мире // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. 2017. № 6. С. 52–56.
4. Демченко И.А., Бабаджанов А.А. Анализ российского рынка мяса и мясопродуктов // Экономика и социум. 2016. № 5–1 (24). С. 531–534.
5. Дуракова Е.Н., Корякина М.В., Маликова Т.А. Анализ предпочтений потребителей рынка мяса // Экономика и социум. 2017. № 1–1 (32). С. 572–575.
6. Жаринов А.И., Морозов А.В. Некоторые особенности маркетинга современного мясного рынка // Мясная индустрия. 2015. № 9. С. 4–11.
7. Ищук О.В., Чулкова Г.В. Состояние внутреннего рынка мяса и мясной продукции // Экономика и социум. 2016. № 1 (20). С. 453–456.
8. Ковалева И.В., Сурай Н.М. Маркетинговые исследования локального рынка мясных деликатесов и мясной продукции // Техника и технология пищевых производств. 2015. Т. 39. № 4. С. 151–156.
9. Кондратьева Н.Н., Шамина О.В., Смирнов А.Н. Обоснование необходимости и экономическая эффективность государственной поддержки мясного скотоводства // Вестник НГИЭИ. 2016. № 7 (62). С. 148–153.
10. Мартышенко Н.С. Компьютерная технология обработки качественных данных опросов потребителей туристских услуг // Маркетинг и маркетинговые исследования. 2011. №3(93). С. 184–192.
11. Мартышенко С.Н., Мартышенко Н.С. Практические вопросы обработки анкетных данных // Практический маркетинг. 2007. № 4. С. 2–8.
12. Мурзалина А.Д. Качество и безопасность мяса и мясной продукции // Наука и Мир. 2016. № 5 (33), т. 2. С. 80–81.
13. Небурчилова Н.Ф., Петрунина И.В. Состояние мирового рынка мяса // Мясная индустрия. 2017. № 3. С. 14–17.
14. Потребление мяса в России в 2016 году. URL: <http://ab-centre.ru/news/potreblenie-myasa-v-rossii-za-2016-god-vyroslo-na-1-kg>.
15. Прокопьев М.Г. Тенденции развития российского рынка мяса // Региональные проблемы преобразования экономики. 2016. № 8 (70). С. 17–23.
16. Сандракова И.В., Зоркина Н.Н. Исследование потребительских предпочтений при покупке мясной продукции // Практический маркетинг. 2016. № 5 (231). С. 33–37.
17. Смирнова В.В. Тенденции развития мясного скотоводства в мире и России // Научное обозрение: теория и практика. 2016. № 3. С. 170–180.
18. Стукало О.Г., Устюгова И.Е., Негороженко Ю.В. Факторы, влияющие на качество мясной продукции // Экономика. Инновации. Управление качеством. 2015. № 1 (10). С. 291–293.
19. Тарасова О.Б., Гончарова Н.З. Оценка емкости мясного рынка Российской Федерации в условиях экономических санкций // Электронный научно-методический журнал Омского ГАУ. 2016. № 3 (6). С. 9.
20. Трясцин М.М., Латышева А.И., Разумов А.И. Основные элементы конкурентоспособности мясной продукции региональных рынков // Заметки ученого. 2015. № 1–1 (1), т. 1. С. 115–121.
21. Якушева В.В. Импортозамещение как фактор повышения конкурентоспособности товарной продукции мясной промышленности // Научное обозрение: теория и практика. 2016. № 4. С. 6–17.