

Научная статья

Original article

УДК 338

doi: 10.55186/2413046X_2024_9_10_394

**ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ
НА РЫНКЕ МЯСА И МЯСНЫХ ПРОДУКТОВ
TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF CONSUMER PREFERENCES IN
THE MEAT AND MEAT PRODUCTS MARKET**



Шейхова Марина Сергеевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры иностранных языков и социально-гуманитарных дисциплин, ФГБОУ ВО «Донской государственный аграрный университет», посёлок Персиановский, E-mail: marina_sheykhova@mail.ru

Сафонова Светлана Геннадиевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и товароведения, ФГБОУ ВО Донской государственный аграрный университет, посёлок Персиановский, E-mail: Svet_lana2808@mail.ru

Sheikhova Marina Sergeevna, PhD in Economics, associate professor of the Department of Foreign languages and Social and Humanitarian disciplines, The Don State Agrarian University, the village of Persianovsky, E-mail: marina_sheykhova@mail.ru

Safonova Svetlana Gennadievna, Candidate of Economics, Associate Professor of the Departments of Economics and Commodity Science, Don State Agrarian University, the village of Persianovsky, E-mail: Svet_lana2808@mail.ru

Аннотация. В статье рассматриваются тенденции развития потребительских предпочтений на мясо и мясопродукты. В ходе анализа структуры продовольственного рынка, опросов потребителей и исследований

технологии производства и статистики потребления, были выявлены основные закономерности изменения предпочтений отечественных потребителей. Приведены данные о динамике, структуре, объемах производства и потребления мяса и мясных продуктов.

Представлены данные об объемах рекомендуемого Министерством здравоохранения Российской Федерации значения потребления мяса и мясных продуктов и фактического их потребления.

Приведены статистические данные, иллюстрирующие динамику объемов государственной поддержки сельскохозяйственных товаропроизводителей.

Abstract. The article examines the trends in the development of consumer preferences for meat and meat products. During the analysis of the structure of the food market, consumer surveys and research on production technology and consumption statistics, the main patterns of changing preferences of domestic consumers were identified. The data on the dynamics, structure, volumes of production and consumption of meat and meat products are presented.

The data on the volumes of meat and meat products consumption recommended by the Ministry of Health of the Russian Federation and their actual consumption are presented.

Statistical data illustrating the dynamics of the volume of state support for agricultural producers are presented.

Ключевые слова: потребление мяса и мясных продуктов, развитие рынка мяса, агропромышленный комплекс, продовольственная безопасность, государственная поддержка, качество мяса и мясных изделий, маркетинговые исследования, потребительские предпочтения

Key words: consumption of meat and meat products, meat market development, agro-industrial complex, food security, state support, quality of meat and meat products, market research, consumer preferences

В современных условиях аграрный сектор играет важную роль в экономике многих стран. От эффективности сельскохозяйственного производства зависит не только насыщенность рынка продовольственными товарами, но и продовольственная безопасность.

Современный агропромышленный комплекс России характеризуется достаточной диверсифицированностью производства, высоким уровнем конкуренции, четкой ориентацией потребительского спроса, сложившейся структурой предложения. [10]

Наблюдения последних лет в области пищевой промышленности показывают, что активно растёт спрос на продукты животного происхождения. Согласно прогнозам Продовольственной и сельскохозяйственной организации ООН, ожидается, что, «к 2050 году потребление мяса в развивающихся странах достигнет 44 кг на душу населения в год».

В 2023 г. годовой объем потребления мяса на человека в России превысил 80 кг. Россельхозбанк полагает, что рост потребления мяса среди российских граждан будет продолжаться. В 2024 г. ожидается, что потребление мяса в стране обновит рекорд и достигнет 83 кг.[11,12]

Индустрия мясных изделий входит в пять самых быстрорастущих сфер производства. В 2023 г. продажи мяса выросли в натуральном выражении на 3,8%, колбасных изделий – на 4,4%. Производство мяса увеличилось на 2% и составило 11,433 млн. т. в убойном весе. При этом средние цены в обеих группах прибавили в среднем 2,2% по сравнению с 2022 г.[12] За период январь - июль 2024 г. производство скота и птицы выросло на 4% по сравнению с 2023 г. и составило 7,9 млн. т. Однако производство мяса, несмотря на рост, с трудом успевает за увеличивающимся спросом. [13]

Для развития рынка мяса необходимо обладать достоверной информацией о состоянии и тенденциях развития рынка мяса и мясопродуктов, товаров и цен, а также знать запросы потребителей.

В начале нулевых основным драйвером рынка было мясо бройлера. Примерно 10 лет назад приоритет переместился свиноводам и производителям индейки. Сейчас наблюдается новый этап диверсификации рынка, т. к. появились крупные и успешные проекты по производству и переработке утки и баранины.

По данным Россельхозбанка, потребление свинины увеличится за 2024 г. на 1,3 кг до 31,9 кг на человека в год.; бройлера – на 0,5 кг до 33 кг; говядины – на 0,2 кг до 12,6 кг. Ожидается также рост потребления по прочим видам птицы, например, утки и индейки, с 3,4 до 3,7 кг в год. [11]

Таким образом, потребление мяса в 2024 г. на 84% превысит уровень 1999 – 2000 г. – 45 кг на человека. Основными факторами стали увеличение доходов, развитие собственного производства основных продуктов питания, рост количества точек реализации, стабилизация цен. [12]

Потребление мяса и мясопродуктов в России уже превышает рекомендованный норматив Минздрава (73 кг.). Однако это не говорит о переядании, т. к. мясо является ценным источником всех 9 не синтезируемых организмом человека аминокислот и большинства незаменимых жирных кислот. Это компенсирует недостигнутый пока уровень потребления некоторых других продуктов.

За прошедшие 10 лет с момента введения продовольственного эмбарго, в России создан один из самых гибких и технологичных аграрных рынков в мире. Произошел значительный рост производства, внедрение новых технологий, достигнуто лидерство на мировом рынке по многим ключевым направлениям.

Российские компании показали способность адаптироваться к сложным внешним условиям. Это хорошо проиллюстрировала ситуация 2022 - 2023 гг., когда из страны ушли различные иностранные бренды. Освободившиеся ниши были быстро заняты отечественным бизнесом и потребители не почувствовали никаких изменений.

Во многом этому способствовала активная государственная экономическая политика, включающая комплекс мер поддержки агробизнеса на федеральном и региональном уровнях.

С 2014 г. рост сельскохозяйственного производства составил 33% , а по пищевым товарам – 43%. Экспорт вырос более чем в 2,5 раза. В 2013 г. в страну ввозилось 2,5 раза больше продовольствия, чем экспортировалось. На современном этапе Россия является нетто – экспортером продовольствия. По итогам 2023 г. поставки на внешние рынки были на 24% больше объема импорта и составили 43, 5 млрд. руб. [12]

В начале 2024 года Михаил Мишустин сделал заявление о размерах господдержки сельского хозяйства. Так, в 2024 году объем господдержки сельского хозяйства составит 558,6 млрд. руб. по основным отраслевым программам. На поддержку фермерских хозяйств предусмотрено около 8 млрд. руб.. Размер поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства (МСП) в 2024 году составит 15 млрд. руб. (в 2023 году — 13 млрд. руб.). Она включает, среди прочего, гранты, субсидии, компенсацию затрат, льготные кредитование и лизинг. [10]

Одним из важнейших направлений государственной экономической политики является увеличение производства и разнообразия здоровой еды с целью улучшения общего состояния здоровья граждан и повышения качества их жизни. Для этого разрабатываются различные государственные и федеральные программы, такие как проект «Стратегии развития пищевой и перерабатывающей промышленности Российской Федерации на период до 2030 года», «Доктрина продовольственной безопасности Российской Федерации», «Стратегия повышения качества пищевой продукции в Российской Федерации до 2030 года» и др.[4]

В современном мире существует множество проблем развития сельского хозяйства в развитых странах: этические проблемы использования и благополучия животных, отрицательные экологические последствия,

дефицит жизненно важных ресурсов, например, питьевой воды и т.п. Такие тенденции стремительно развиваются и в России, поэтому отечественные производители сталкиваются с рядом неясностей относительно развития интереса к их продукции. Вследствие чего необходимо понимание тенденции выбора потребителей при покупке «традиционных» товаров или товаров-заменителей.

Многочисленные исследования в разных городах страны, основанные на маркетинговых исследованиях, показывают, что преобладающее количество респондентов придерживаются уже существующих «культурно-психологических аспектов» при выборе предпочтений в отношении мяса и мясных изделий, основанных на приверженности к принципу «здорового питания».

Несмотря на популярность современных диетических направлений, таких как вегетарианство и потребление белковых коктейлей и порошков, традиционные культурные обычаи употребления мяса и мясных изделий по-прежнему играют значительную роль на местных рынках мясной продукции.

На рисунке 1 представлены данные опросов об отношении потребителей к добавлению растительных и натуральных добавок в рацион потребления.

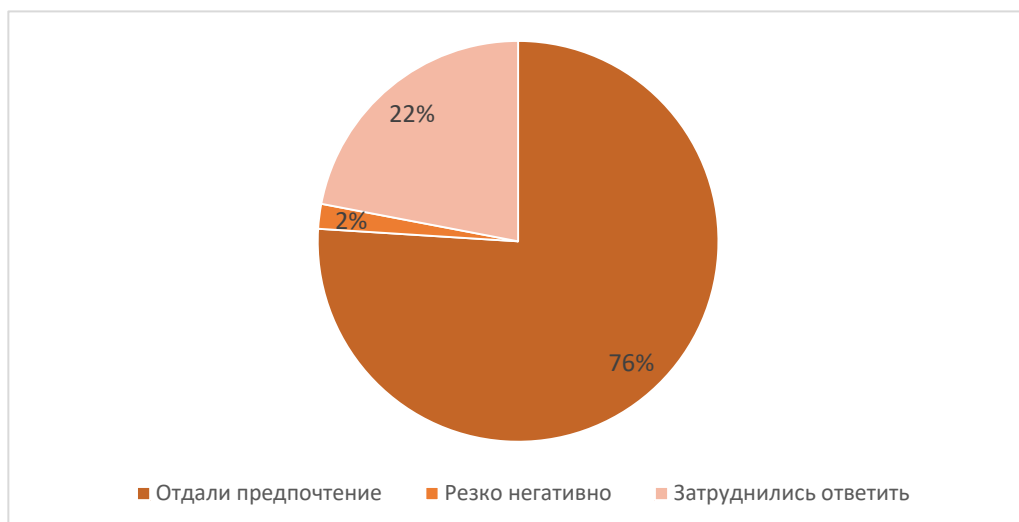


Рисунок 1. Отношение потребителей к добавлению натуральных растительных добавок

Различные исследования с проведением опросов населения в разных городах показали, что большая часть респондентов отдадут предпочтение натуральным растительным добавкам, таким как соя, меньшинство проявили резко негативное отношение к сое. Таким образом, тренды на рынке колбасных изделий отражают стремление потребителей к экономии на фоне развития тенденций здорового питания. [6]

Объединение принципов здорового питания с возвращением к национальным кулинарным традициям через применение новейших биотехнологий в пищевой промышленности обещает большие возможности. При этом, важность того, как потребители воспринимают продукцию мясной индустрии на уровне идей и убеждений, остаётся на первом месте.

В качестве альтернативного заменителя соевого белка использованы перспективные бобовые и псевдозлаковые культуры. К ним относятся активированный проращиванием люпин и киноа. Разработаны рецептуры для метаболически оптимизированных смесей натуральных биополимеров, которые не только имитируют мясные продукты по ряду характеристик, но и превышают их по уровню усвояемости и эффективности участия в метаболических процессах.

Потребление продуктов, производимых ключевыми пищевыми секторами (молочный, мясной, рыбный, кондитерский, зерновой и масличный), стабильно и постоянно. Это обстоятельство существенно влияет на укрепление сырьевого фонда секторов и на привлечение инвестиций для обновления технологической основы промышленных предприятий.

Рынок мясоперерабатывающей продукции характеризуется выраженной региональной спецификой, которая частично обусловлена сложностями логистики скоропортящихся товаров. Именно поэтому местные потребители обычно предпочитают продукцию местных производителей. Выбор продукции также обусловлен ментальным фактором: более 30%

потребителей склонны приобретать знакомый продукт, в том числе, неосознанно отдавая предпочтение товарам известных брендов.

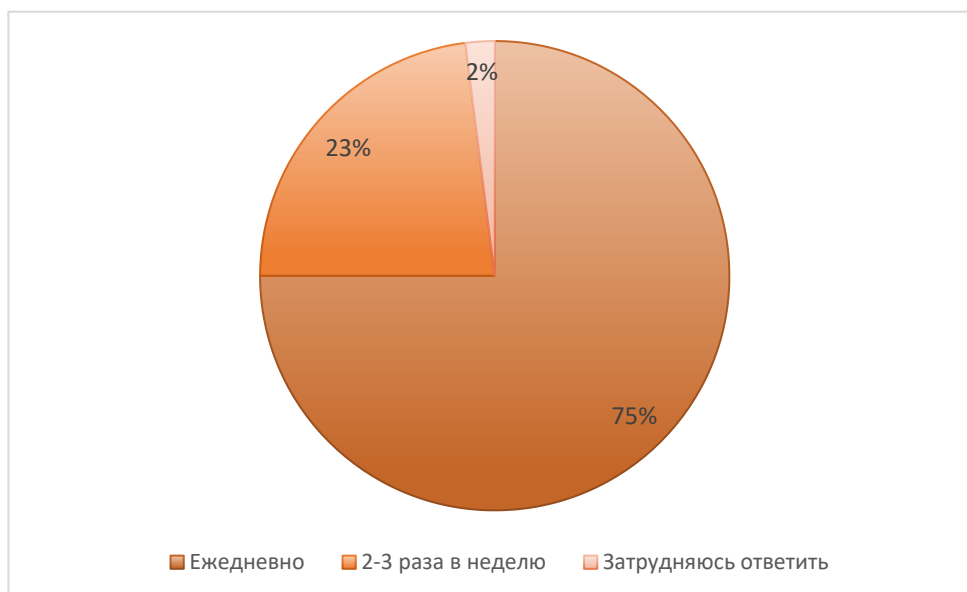


Рисунок 2. Частота потребления мяса и мясных продуктов

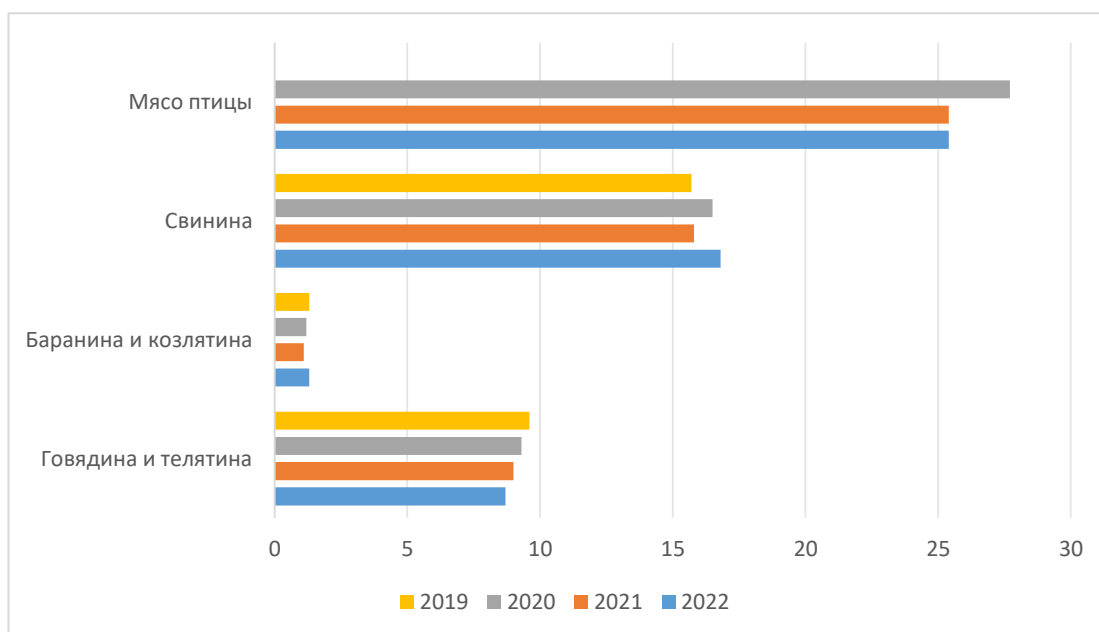


Рисунок 3. Потребление мяса и мясопродуктов на потребителя в год, кг.

Респондентам задавался вопрос о том, как часто в доме на столе присутствуют блюда из говядины или телятины, свинины, мяса птицы и других видов мяса. Большинство респондентов отметили, что блюда из мяса на столе присутствуют ежедневно - более 75%, два-три раза в неделю - 23%,

остальные респонденты затруднились ответить на этот вопрос (рисунок 2).

Исходя из рисунка 3, можно резюмировать, что наибольшую популярность из видов мяса в рационе заняло мясо птицы - 42%, свинина - 35%, говядина и телятина - 12%, другие виды мяса - 11% [1].

Отсюда можно судить, что ценовой фактор и низкая покупательная способность способствует тому, что население предпочитает более дешёвые виды мяса - мясо птицы и свинину [2].

Для увеличения спроса на производимую предприятиями продукцию, а также анализа предпочтений потребителей государство разрабатывает различные стратегии, направленные на повышения качества продукции, а также развитие пищевой и перерабатывающей промышленности.

Существующая стратегия предусматривает решение таких задач, как:

- обеспечение показателя порогового значения продовольственной безопасности в отношении мяса и мясопродуктов, установленной Доктриной;
- строительство современных объектов и увеличение мощности организаций по первичной переработке скота;
- внедрение новых технологических процессов по организации убоя, комплексной переработке скота и продуктов убоя на основе инновационных ресурсосберегающих технологий с использованием роботов и энергоэффективного оборудования;
- расширение ассортимента вырабатываемой продукции, увеличение сроков её хранения до 30 суток;
- увеличение сбора и переработки побочных сырьевых ресурсов для выработки различных видов продукции;
- снижение экологической нагрузки на окружающую среду в зоне работы организаций;
- переоснащение птицеперерабатывающих цехов современным оборудованием и технологиями, создание новых производств.

На потребление мяса и мясных изделий влияет ценовой аспект, который является немаловажным для людей в условиях современного общества. На основании прогнозов, вероятное снижение спроса на колбасные изделия, связанное с сокращением доходов населения и ростом цен на продукты первой необходимости и товары длительного пользования, может быть компенсировано за счёт расширения ассортимента и увеличения части потребления мясной продукции среднего и низкого сегментов. Следовательно, более низкая цена на мясо птицы и свинины повышает их конкурентоспособность и делает их предпочтительнее для покупателей.

Также в результате анализа выяснилось, что на частоту покупки оказывает влияние сезонность. Например, в летний период увеличивается частота покупок по сравнению с остальными сезонами.

Ментальный фактор выбора продукции обусловлен тем, что более 30% потребителей склонны к приобретению знакомого продукта, в том числе путём реализации мотивации к приобретению товара известного бренда на подсознательном уровне [8].

Таблица 1. Изменение оптовых цен на мясо по виду

Дата	Говядина и телятина, руб./т.	Свинина, руб./т.	Мясо птицы, руб./т.
Февраль 2022	290 830	157 446	128 166
Февраль 2023	366 097	151 228	120 803

Немаловажным аспектом является необходимость обеспечения продовольственной безопасности в условиях внешнеполитической нестабильности, усиления санкционного давления и ведения торговых войн. Важность этого закреплена в Указе Президента РФ от 21 января 2020 г. № 20 «Об утверждении Доктрины продовольственной безопасности Российской Федерации». В документе определены границы самообеспечения по мясу и мясopодуктам - не менее 85% [4].

Однако в настоящее время по ряду важнейших продуктов, потребление которых определяет здоровье нации, наблюдается недостаточный уровень производства. Например, производство мяса и мясопродуктов составляет 86% от всего объёма ресурсов.

В настоящее время пищевая индустрия сталкивается с задачей повышения качества национальной продукции до международных стандартов, чтобы укрепить её позиции на глобальном рынке. Это требует переосмысления как ассортимента, так и качества производимых продуктов. В этом контексте, переработка вторсырья мясной промышленности для производства функциональных мясных паст становится ключевым направлением.

Стратегии инновационного развития направлены на увеличение ассортимента и спроса на продукцию, а также на соответствие требованиям государственных программ, что достигается за счёт применения альтернативных сырьевых ресурсов, таких как соя, биоматериалы и вторичное сырьё, на отечественных предприятиях.

Современный тренд здорового питания основывается на выборе продуктов, которые являются органическими и производятся не только местными, но и иностранными компаниями. Люди стремятся подобрать альтернативы своим обыденным продуктам, переходя на пищу, благоприятную для здоровья, при этом стараясь не уменьшать разнообразие своего рациона.

Тенденция расслоения людей по уровню дохода показывает значительные различия в подходах к формированию продуктовой корзины, при этом критерии, определяющие качество продукта, как правило, остаются неизменными. Особый интерес представляет ассортиментный ряд продукции глубокой переработки, в частности, изготовленной из органического сырья. Приоритетным направлением является изготовление продукции с не большим сроком годности, отвечающей высоким стандартам производства.

Рынок органической продукции, включая мясо и продукты переработки, на данный момент находится в активном развитии, что связано с растущим спросом потребителей на здоровую пищу. Чтобы удовлетворить внутренний рынок, более сотни организаций должны ежегодно переходить на экологически чистое сельское хозяйство. Исследования показывают, что четверть российских фермеров готовы совершить этот переход при наличии стабильного рынка. Кроме того, привлекательным фактором является возможность продажи товаров с небольшой наценкой, что является средним показателем для продукции органического сельского хозяйства.

Рассматривая сильные стороны, следует отметить высокий потенциал этого сегмента экономики. На увеличение производства органического мяса и продуктов переработки влияет глобальный тренд придерживаться здорового образа жизни, так как потребители готовы платить больше за качественную и здоровую пищу, произведённую с соблюдением всех технологий производства.

Таким образом, можно выделить важные направления изменения спроса среди сторонников здорового питания, включая увеличение интереса к таким видам мяса, как крольчатина и баранина. Также наблюдается рост внимания к полуфабрикатам из нежирных видов мяса, относящимся к здоровому питанию. Потребители серьёзно оценивают здоровье сберегающие аспекты продукции, особенно в отношении ГМО, антибиотиков и гормонов. Вопросы благополучия животных и экологии также влияют на потребительские предпочтения и могут привести к сокращению потребления мяса и мясопродуктов. Осведомлённость о методах животноводства в цифровую эпоху становится залогом качества продукции. Учитывая эти тенденции и выбранные для исследования типы потребителей, следует пересмотреть некоторые маркетинговые стратегии для стимулирования потребления мяса и мясных изделий. Необходимо развивать маркетинговые отношения с потребителями на основе прозрачности информации о выращивании

животных и экологических условиях. Также важно учитывать желания потребителей по развитию новых направлений продуктовых линеек, включая производство полуфабрикатов здорового питания.

Список источников

1. Бирюкова, Т. В. Основные перспективы развития потребительских предпочтений на мясо и мясные изделия в России / Т. В. Бирюкова, Н. В. Суркова // Экономика сельского хозяйства России. – 2020. – № 3. – С. 60-64.
2. Быков, А. А. Маркетинговые исследования потребительских предпочтений на рынке мяса Сибирского федерального округа / А. А. Быков // Экономический обзор. – 2020. – № 6-7. – С. 7-12.
3. Глотова И. А. Маркетинговый потенциал продуктов переработки мясного сырья как инновационных потребительских объектов / И. А. Глотова, А. О. Рязанцева, Н. А. Галочкина, С. В. Шахов, В. В. Прянишников // Вестник ВГУИТ. – 2019. – №1.
4. Есина, Ю. Л. Обеспечение продовольственной безопасности в условиях обострения нестабильности / Ю. Л. Есина, Н. М. Степаненкова // Актуальные вопросы современной экономики. – 2020. – № 2. – С. 179-185.
5. Ибрагимов, Э. У. Оценка потребительской активности покупки органической продукции / Э. У. Ибрагимов // Экономика сельского хозяйства России. – 2020. – №7. – С. 67-70.
6. Корж А. П. Конвергенция в биотехнологии мясных продуктов для здорового питания / А. П. Корж, Р. Д. Денискин, Ю. Г. Базарнова // Мясные технологии. – 2018. – № 2. – С. 34–36.
7. Особенности экономического роста в условиях импортозамещения / В. А. Тулупникова, Е. В. Энкина // Доклады ТСХА. Материалы Международной научной конференции. – 2017. – С. 264- 267
8. Рязанцева А. О. Инновационный сценарий развития отечественного рынка мясных продуктов: проблемы, факторы, тенденции / А. О. Рязанцева, И. А. Глотова, Н. А. Галочкина, С. В. Шахов // Вестник Воронежского

государственного университета инженерных технологий. – 2019. – Т. 81, № 1. – С. 420-428.

9. Сафонова, С. Г., Шейхова М. С. Развитие агробизнеса Ростовской области в условиях новых возможностей и ограничений / С. Г. Сафонова, М. С. Шейхова // Московский экономический журнал. 2019. № 12. С. 91.

10. Шейхова М. С. Продовольственная безопасность России: угрозы и возможности в условиях постпандемической реальности/ Шейхова М. С., Сафонова С. Г., Кувичкин Н. М. // Московский экономический журнал. 2020. № 10. С. 26.

11. Официальный сайт Министерства сельского хозяйства РФ <https://mcx.gov.ru/>

12. Официальный сайт Россельхозбанк <https://rshb.ru>

13. Федеральная служба государственной статистики: официальный сайт Rosstat.gov.ru

References

1. Biryukova, T. V. Osnovny`e perspektivy` razvitiya potrebitel`skix predpochtenij na myaso i myasny`e izdeliya v Rossii / T. V. Biryukova, N. V. Surkova // E`konomika sel`skogo khozyajstva Rossii. – 2020. – № 3. – S. 60-64.

2. By`kov, A. A. Marketingovy`e issledovaniya potrebitel`skix predpochtenij na ry`nke myasa Sibirskogo federal`nogo okruga / A. A. By`kov // E`konomicheskij obzor. – 2020. – № 6-7. – S. 7-12.

3. Glotova I. A. Marketingovy`j potencial produktov pererabotki myasnogo sy`r`ya kak innovacionny`x potrebitel`skix ob`ektov / I. A. Glotova, A. O. Ryazanceva, N. A. Galochkina, S. V. Shaxov, V. V. Pryanishnikov // Vestnik VGUIT. – 2019. – №1.

4. Esina, Yu. L. Obespechenie prodovol`stvennoj bezopasnosti v usloviyax obostreniya nestabil`nosti / Yu. L. Esina, N. M. Stepanenkova // Aktual`ny`e voprosy` sovremennoj e`konomiki. – 2020. – № 2. – S. 179-185.

5. Ibragimov, E`. U. Ocenka potrebitel`skoj aktivnosti pokupki organicheskoj produkcii / E`. U. Ibragimov // E`konomika sel`skogo xozyajstva Rossii. – 2020. – №7. – S. 67-70.
6. Korzh A. P. Konvergenciya v biotexnologii myasny`x produktov dlya zdorovogo pitaniya / A. P. Korzh, R. D. Deniskin, Yu. G. Bazarnova // Myasny`e texnologii. – 2018. – № 2. – S. 34–36.
7. Osobennosti e`konomicheskogo rosta v usloviyax importozameshheniya / V. A. Tulupnikova, E. V. E`nkina // Doklady` TSXA. Materialy` Mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii. – 2017. – S. 264- 267
8. Ryazanceva A. O. Innovacionny`j scenarij razvitiya otechestvennogo ry`nka myasny`x produktov: problemy`, faktory`, tendencii / A. O. Ryazanceva, I. A. Glotova, N. A. Galochkina, S. V. Shaxov // Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta inzhenerny`x texnologij. – 2019. – T. 81, № 1. – S. 420-428.
9. Safonova, S. G., Shejxova M. S. Razvitie agrobiznesa Rostovskoj oblasti v usloviyax novy`x vozmozhnostej i ogranichenij / S. G. Safonova, M. S. Shejxova // Moskovskij e`konomicheskij zhurnal. 2019. № 12. S. 91.
10. Shejxova M. S. Prodovol`stvennaya bezopasnost` Rossii: ugrozy` i vozmozhnosti v usloviyax postpandemicheskoj real`nosti/ Shejxova M. S., Safonova S. G., Kuvichkin N. M. // Moskovskij e`konomicheskij zhurnal. 2020. № 10. S. 26.
11. Oficial`ny`j sajt Ministerstva sel`skogo xozyajstva RF <https://mcx.gov.ru/>
12. Oficial`ny`j sajt Rossel`хозbank <https://rshb.ru>
13. Federal`naya sluzhba gosudarstvennoj statistiki: oficial`ny`j sajt Rosstat.gov.ru

© Шейхова М.С., Сафонова С.Г., 2024. Московский экономический журнал,
2024, № 10.