

## ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА МЯСНЫХ ЗАМОРОЖЕННЫХ ПОЛУФАБРИКАТОВ (ПЕЛЬМЕНЕЙ)

### DEVELOPMENT TRENDS IN THE MARKET OF FROZEN SEMI-FINISHED MEAT PRODUCTS (DUMPLINGS)

**E. Nelyubina  
E. Bobkova  
I. Grigor'yants  
N. Batishcheva**

*Summary.* The market volume of frozen semi-finished meat products in 2021 amounted to more than 1.42 million tons. The most popular product among Russians is dumplings — their share is almost 80%. Considering that competition among manufacturers is high, experts advise producers to constantly look for new forms, invent new flavor solutions, perhaps even pay attention to the relatives of dumplings and offer khinkali, manti, dumplings or zao-tzu. The paper presents the directions of development of the market for frozen semi-finished meat products on the example of the group — dumplings.

*Purpose* — carry out an analysis of opportunities for the development of the market for frozen semi-finished meat products (dumplings).

*Method or methodology of the work:* theoretical — a comparative analysis of literary sources on the research problem, practical — a method of comparative analysis of literary and experimental data, experimental based on GOS.

*Keywords:* market, analysis, frozen semi-finished meat product, manufacturer, trends.

**Нелюбина Елена Георгиевна**

*К.п.н., доцент, Поволжский казачий институт управления и пищевых технологий (филиал) ФГБОУ ВО «Московский государственный университет технологий и управления им. К.Г. Разумовского» (ФКУ), г. Димитровград  
Nelena2001@mail.ru*

**Бобкова Елена Юрьевна**

*К.п.н., доцент, Поволжский казачий институт управления и пищевых технологий (филиал) ФГБОУ ВО «Московский государственный университет технологий и управления им. К.Г. Разумовского» (ФКУ), г. Димитровград  
Bobkovaalena20014@yandex.ru*

**Григорьянц Игорь Александрович**

*К.э.н., доцент, Поволжский казачий институт управления и пищевых технологий (филиал) ФГБОУ ВО «Московский государственный университет технологий и управления им. К.Г. Разумовского» (ФКУ), г. Димитровград  
market@ofernio.su*

**Батищева Наталья Васильевна**

*Старший преподаватель, Поволжский казачий институт управления и пищевых технологий (филиал) ФГБОУ ВО «Московский государственный университет технологий и управления им. К.Г. Разумовского» (ФКУ), г. Димитровград  
n.batischeva@inbox.ru*

*Аннотация.* Объем рынка замороженных мясных полуфабрикатов в 2021 году составил более 1,42 млн. тонн. Наиболее популярным продуктом у россиян являются пельмени — их доля занимает почти 80%. Учитывая, что конкуренция среди производителей высока, эксперты советуют производителям постоянно искать новые формы, изобретать новые вкусовые решения, возможно даже — обратить внимание на родственников пельменей и предлагать хинкали, манты, вареники или цзао-цзы. В работе представлены направления развития рынка мясных замороженных полуфабрикатов на примере группы — пельмени.

*Цель* — осуществить анализ возможностей по развитию рынка мясных замороженных полуфабрикатов (пельменей).

*Метод или методология проведения работы:* теоретические — сравнительный анализ литературных источников по проблеме исследования, практические — метод сравнительного анализа литературных и экспериментальных данных, основанных на ГОСТ.

*Ключевые слова:* рынок, анализ, замороженный мясной полуфабрикат, производитель, тенденции.

**П**ельмени — самый крупный сегмент рынка РФ, в который входит также сегмент блинчиков, вареников, готовых блюд и мясных полуфабрикатов.

Мясные полуфабрикаты пользуются заслуженным признанием потребителя и с каждым годом занимают все более прочное место в пищевом рационе населения. Для предприятий общественного питания эти полуготовые продукты представляют особую ценность, так как без них нельзя было бы даже в самом ограниченном количестве удовлетворить спрос посетителей на такие широко популярные и излюбленные блюда, как бифштекс, бефстроганов, пельмени и др. Таким образом, изучение потребительских свойств, ассортимента и качества замороженных мясных полуфабрикатов является весьма актуальным.

В целом замороженную продукцию делят на три класса: premium, средний (mass-market) и дешевый сегмент. Большинство компаний выпускают продукцию разных ценовых категорий, охватывая таким образом большую часть рынка. К факторам, которые способствуют сдерживанию развития рынка мясных полуфабрикатов, можно отнести постепенное насыщение рынка полуфабрикатов в целом, повышение цен на сырье и ярко выраженную сезонность (падение спроса на продукцию в определенные периоды).

Конкуренция на рынке замороженных полуфабрикатов растет. Стратегия многих производителей направлена на расширение ассортимента продукции, способной удовлетворить спрос всех категорий потребителей. Однако наибольшее развитие получили виды замороженных полуфабрикатов, ориентированные на потребителей с высоким доходом и высокими требованиями к качеству. Так, компания «У Палыча» начала выпуск пельменей и мантов ручной лепки с небольшим сроком хранения.

В связи с высокой конкуренцией, на первый план у компаний в политике продвижения продукции сегодня выходит формирование фирменного имиджа (высокотехнологичные линии, международные стандарты и так далее) и раскрутка бренда, направленного прежде всего на показатель качества.

По данным портала [www.foodmarket.spb.ru](http://www.foodmarket.spb.ru), россияне предпочитают одну излюбленную марку. Самыми покупаемыми марками пельменей являются: «От Палыча», «Дарья», «Сам Самыч», «Богатырские», «Русский хит», «Сибирский Гурман».

Потребители в крупных городах и провинциалы по-разному расставляют приоритеты при выборе пельменей. Если для москвичей и петербуржцев самым

главным является качество продукта, а также степень его полезности для здоровья, то для жителей небольших регионов характерен крайний консерватизм при выборе товара.

Однако абсолютно для всех категорий покупателей весомыми критериями в пользу выбора продукции того или иного производителя является широкий ассортимент, а также внешний вид продукта, его упаковка и цена.

В отличие от некоторых других сегментов рынка заморозки, в сегменте пельменей позиционирование в премиум-категории — вопрос не столько фирменного имиджа марки, сколько реальной дополнительной ценности продукта. Так, работая в этом направлении, отечественные производители начали предлагать покупателям пельмени ручной лепки. Это позволяет увеличить содержание мясного фарша в продукте до 50–55%, в то время как в обычных пельменях оно составляет не более 30–32%, и активно использовать нестандартные начинки: мясо птицы, рыбы (красная рыба: лосось и форель, осетрина и т.п.), морепродукты и другие наполнители.

Кроме того, у российского потребителя появилась возможность попробовать пельмени с начинкой из медвежатины и оленины. Стали выпускаться пельмени с начинкой из трех сортов мяса — баранины, свинины и говядины. Производители начали экспериментировать с формой продукта.

Согласно прогнозам, рост в категории высокий, и премиум будет и дальше происходить именно за счет производства пельменей нестандартных форм и с необычными начинками.

Хотя некоторые эксперты опасаются, что во время кризиса многие потребители откажутся от товаров премиального сегмента, в котором как раз и появляется большинство новинок. Поскольку в ситуации финансового кризиса на первый план для многих потребителей может выйти цена продукта, ожидается резкий рост спроса на продукцию среднего ценового сегмента, который произойдет за счет высокого. Но ведь кризис рано или поздно кончается. Согласно подсчетам экспертов, производители дорогих качественных пельменей зарабатывают от 100 до 500% прибыли, а не слишком качественных — и того больше.

В 2022 году ожидается сокращение спроса на пельмени высокого и премиального ценового сегментов (за счет сокращения доходов населения) и рост спроса на продукты средней ценовой категории. А значит — хорошие возможности сегодня имеют произведе-

Таблица 1. Анализ ассортиментапельменей, произведенных ООО «Компания М» ТМ «У Палыча» по категориям согласно ГОСТ 33394–2015

№ п/п	Назначение		Количество, шт.	Удельный вес, %	Удельный вес по категории, %
1	мясной полуфабрикат категории А	Пельмени с говядиной и свиной ручной лепки	1	5,6	16,8
		Пельмени с говядиной и бараниной ручной лепки	1	5,6	
		Пельмени с говядиной, свиной и бараниной ручной лепки	1	5,6	
2	мясной полуфабрикат категории Б	Пельмени Премиальные	1	5,6	49,8
		Пельмени с говядиной и свиной	2	11,0	
		Пельмени с говядиной, свиной и бараниной	2	11,0	
		Пельмени с говядиной и бараниной	2	11,0	
		Пельмени Телячьи	1	5,6	
		Пельмени Московские	1	5,6	
3	мясной [мясосодержащий] полуфабрикат категории В	Пельмени Русские	1	5,6	28,0
		Пельмени Сибирские	1	5,6	
		Пельмени Оригинальные	1	5,6	
		Пельмени Классические	1	5,6	
		Пельмени с мясом птицы	1	5,6	
4	мясной [мясосодержащий] полуфабрикат категории Г	Пельмени с курицей и грибами ручной лепки	1	5,4	5,4
5	мясной [мясосодержащий] полуфабрикат категории Д	-	-	-	-
	Итого:		18	100%	100%

ли, которые изготавливают традиционные пельмени в среднем ценовом сегменте, так как на них прогнозируется повышение спроса. [1]

Если говорить обо всем рынке ЗПФ, то, несмотря на кризисные явления, ожидается, что он сохранит положительную динамику в 2021–2022 годах, хотя темпы роста будут снижены. Его участники ожидали, что рынок в 2020 году вырастет на 7–8%, но по текущей оценке этот показатель составляет 2–3%. Однако и этот рост многие считают неплохим в условиях кризиса.

Очевидно, что увеличение объемов продаж в 2022 году будет напрямую зависеть от уровня дохо-

дов населения. Аналитики прогнозируют рост рынка замороженных полуфабрикатов на 10–12% в денежном и на 2,5–3% в натуральном выражении.

Говоря о прогнозах развития рынка до 2023 года, эксперты напоминают, что с восстановлением и ростом уровня доходов и жизни населения, постепенно будет происходить увеличение спроса на продукты высокого ценового сегмента. Также возможно ускорение темпов развития сетевой розничной торговли и замедление темпов роста потребительских цен. [2]

Ассортимент пельменей, производимых ООО «Компания М» ТМ «У Палыча» насчитывает 18 видов товаров,

в фирменных магазинах ТМ «У Палыча» в городе Самаре. Анализ структуры ассортиментапельменей по категориям согласно ГОСТ 33394–2015 [3] приведен в таблице 1.

Исходя из данных можно сделать вывод, что наибольший удельный вес на предприятие ООО «Компания М» занимают товары, относящиеся к категории Б — 49,8%, на втором месте товары, относящиеся к категории В — 28,0%, и не представлен ассортимент товаров, относящихся к категории Д — 0%.

Формирование ассортимента на предприятие ООО «Компания М» — это сложный и непрерывный процесс коммерческой работы розничного предприятия, основная цель которого заключается в удовлетворении потребностей населения в товарах.

На основании данных прайс-листа компании, можно сделать вывод о том, что ассортимент продукции ТМ «У Палыча» от производителя ООО «Компания М» достаточно разнообразен, различается по весам и ценам, что очень удобно для потребителя.

Мы провели опрос среди покупателей трех фирменных магазинов ТМ «У Палыча» и установили, что из 150 респондентов, 74,7% (112 чел.) предпочитают среднюю ценовую политику в покупкипельменей и выбирают «Пельмени Премиальные» (категория Б) — 40%, «Пельмени Московские» (категория В) — 34,7% и 20% (30 чел.) выбрали «Пельмени Русские» (категория В).

Респонденты отметили, что:

В пельменях «Премиальных» насыщенный мясной вкус фарша, умягченного куриным фаршем и питьевой водой с солью, настоящее классическое пельменное тесто — эти пельмени подходят для повседневной трапезы и для праздничного стола.

В пельменях «Московские» особенная начинка из трех видов мяса: свинина, говядина и курица для нежности и многогранности вкуса. Сочность придает ароматный лук, а специально подобранные специи обеспечивают незабываемый аромат.

В марке «Пельмени Русские» натуральный вкус без улучшителей и добавок и очень тонкое тесто.

По результатам проведенного нами исследования можно сделать вывод о том, что в категории Б «Пельмени Премиальные» фирмы ООО «Компания М» являются самыми дорогими в данной ценовой категории (450 г — 295 руб.), а «Пельмени Московские» фирмы ООО «Компания М» самыми не дорогими (800 г — 440 руб.), в категории В «Пельмени Русские» (800 г — 556 руб.) самыми

дорогими в данной ценовой категории, одна из причин этого дорогая цветная картонная упаковка.

Приемлемую цену на продукцию при высоком качестве можно объяснить следующими факторами:

1. Отсутствие арендной платы, так как цеха компании находятся в собственности
2. Не дорогая рабочая сила.
3. Компания работает на сырье, которое активно принимается у населения Самарской области, что позволяет работникам компании не ездить по оптовым рынкам и не искать подходящие по качеству сырьё. Отдельные местные фермеры уже много лет сотрудничают с компанией и сами поставляют мясо надлежащего качества. Сырьё проходит строгий отбор экспертов, ветеринаров, прежде чем попасть в цех фирмы.

По итогам анализа ассортиментапельменей, произведенных ООО «Компания М» ТМ «У Палыча», в качестве рекомендаций можно предложить следующее:

1. в категории А прогнозируется рост за счет производствапельменей с необычными начинками, например со смесью из мяса и овощей, олениной, другими редкими видами мяса, поэтому можно рассмотреть возможность внедрения данных видов пельменей.
2. увеличить разнообразие ассортимента за счет введения функциональных видов продукции или специализированных видов, например пельменей для организации питания детей.
3. привести в соответствие цены для разных категорий пельменей, например категории А, всегда должны быть выше по цене пельменей, относящихся к категории Б или В.
4. увеличить количество групп пельменей, произведенных ООО «Компания М» ТМ «У Палыча», по весу в граммах.
5. рассмотреть возможность частичной замены дорогой цветной картонной упаковки на более дешевую пакетную.

Несмотря на огромный ассортимент продуктов и производителей, сегодня наблюдается достаточно противоречивая ситуация. У таких крупных сетей-дискаунтеров, как «Пятерочка» возникла потребность в продуктах класса «премиум», которая в настоящее время не удовлетворена. Эта тенденция уже коснулась и рынка пельменей. Поэтому можно рекомендовать ООО «Компания М» заключить договора с новыми продавцами.

В целом самарский рынок пельменей неоднороден: хорошо представлены пельмени крупных фирм производителей, а у остальных мелких или только начинающих фирм при условии их хорошего качества и оформления есть значительные предпосылки для роста.

ЛИТЕРАТУРА

1. Коснырева, Л.М. Товароведение и экспертиза мяса и мясных товаров [Текст]: Л.М. Коснырева, В.И. Криштафович, В.М. Позняковский. М.: Изд. центр «Академия», 2020. 320 с.
2. Рынок мясных полуфабрикатов [Текст] // «Мясная сфера» № 3 (76). 2020.
3. ГОСТ 33394–2015. Пельмени замороженные. Технические условия.

© Нелюбина Елена Георгиевна ( Nelena2001@mail.ru ), Бобкова Елена Юрьевна ( Bobkovaalena20014@yandex.ru ), Григорьянц Игорь Александрович ( market@ofernio.su ), Батищева Наталья Васильевна ( n.batischeva@inbox.ru ).  
Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»



г. Димитровград