

УДК 664.91/.94(470.55)

UDC 664.91/.94(470.55)

КОНЬЮНКТУРА ПРЕДЛОЖЕНИЯ МЯСНЫХ ПРОДУКТОВ «ХАЛЯЛЬ» НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА ЧЕЛЯБИНСКА

CONJUNCTURE OF THE OFFERS OF MEAT PRODUCTS «HALAL» ON THE EXAMPLE OF THE CITY OF CHELYABINSK

Ребезов Максим Борисович
д.с.- х.н, профессор

Rebezov Maxim Borisovich
Dr.Sci.Agr., professor

Амерханов Ильдар Минасхатъевич
аспирант

Amerkhanov Ildar Minashatevich
postgraduate student

Альхамова Гузель Кирамовна
аспирант

Alhamova Guzel Kiramovna
postgraduate student

Етимбаева Азалия Русалевна
студент

Etimbaeva Azalea Rusalevna
student

ФГБОУ ВПО «Южно-Уральский государственный университет» (национальный исследовательский университет), Челябинск, Россия

South Ural state university (National Research University), Chelyabinsk, Russia

В статье проведены результаты маркетинговых исследований конъюнктуры предложения мясных продуктов стандарта «Халаль» в г. Челябинске. Данные исследований позволяют оценить степень дистрибьютизации различных марок и производителей в розничной торговой сети, а также выявить основные тенденции в развитии рынка мясопродуктов «Халаль»

In this article, the results of marketing researches of a conjuncture of the offer of meat products of the standard of «Halal» in Chelyabinsk are shown. The data of researches allows to estimate the degree of distributing of various trade marks and manufacturers in a retail trading network, and also to reveal the basic tendencies in development of the market of «Halal» meat products

Ключевые слова: СТАНДАРТ «ХАЛЯЛЬ», МЯСОПРОДУКТЫ, РЫНОК, АССОРТИМЕНТ, ХАЛЯЛЬ ИНДУСТРИЯ

Keywords: STANDARD «HALAL», MEAT PRODUCTS, MARKET, RANGE, HALAL INDUSTRY

В настоящее время халяль индустрия является одной из перспективных и развивающихся отраслей во всем мире. На мясном потребительском рынке России растёт спрос на халяльную продукцию, который формируется не только за счет верующих мусульман, но и представителей других конфессий и вероисповеданий. Потребители «Халаль» продукции – это люди, предпочитающие качественный и полезный для здоровья продукт [1].

Значение слова «Халаль» или al-halal (حلال по-арабски) буквально означает – «дозволенное, разрешенное», соответствие чего-либо нормам Ислама, разрешенность для людей, относится практически к любой сфере человеческой жизни: к продуктам питания, одежде, украшениям,

косметике и парфюмерии, личной гигиене, отдыху, развлечениям, сфере финансов, отношениям между людьми, окружающей среде, к выполняемой работе, распоряжению своим имуществом и т.д.

Мясные продукты «Халяль» – это продукты, изготовленные по специальным технологиям, предусматривающим щадящее отношение к животному во время убоя, достоверное отсутствие у животного перед убоем заболеваний, которые могут принести вред здоровью людей, наиболее полное удаление крови естественным способом, тщательное соблюдение гигиенических правил на всех этапах производства продукции. Мясная продукция «Халяль» не содержит свинины и ее компонентов, продуктов содержащих алкоголь, наркотические вещества [2].

С ноября 2011 года по январь 2012 года были проведены комплексные маркетинговые исследования рынка мясных продуктов, позволяющие оценить степень дистрибьютизации различных марок и производителей в розничной торговой сети города, а также выявить основные тенденции в развитии челябинского рынка «Халяль» мясопродуктов.

В Челябинской области выпускают мясную продукцию стандарта «Халяль» следующие предприятия:

- ЗАО «Уралбройлер» (п. Ишалино);
- ООО «Равис – птицефабрика Сосновская» (п. Рошино);
- ООО МПК «Ситно» (г. Магнитогорск);
- ООО «Первый Вкус» (п. Мирный);
- ИП Карсакбаев (п. Магнитный);
- ООО «Троицкий консервный комбинат» (г. Троицк).

Также на рынок г. Челябинска мясную продукцию «Халяль» поставляют производители из других регионов России:

- ООО «Халяль» (Самарская область, Похвинский район, с. Алькино);

- ОАО «Турбаслинские бройлеры» (Республика Башкортостан, г. Благовещенск);
- ООО «Челны – Бройлер» (Республика Татарстан, г. Набережные Челны);
- ОАО «ЦАРИЦЫНО» (г. Москва).

Долевое распределение российских производителей на рынке мясопродуктов «Халяль» г. Челябинска представлено на рис.1.

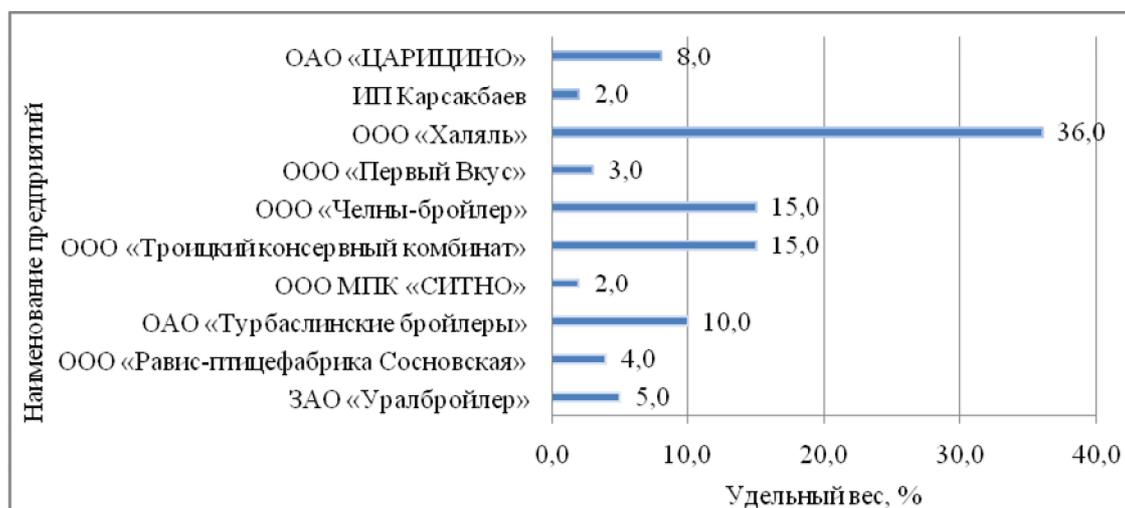


Рис. 1. Долевое распределение российских производителей на рынке мясопродуктов «Халяль»

В ходе исследования было выявлено, что ассортимент мясопродуктов «Халяль» составляет 101 наименование, что свидетельствует о том, что рынок мясной продукции стандарта «Халяль» является относительно узким.

Как правило, ассортимент мясопродуктов «Халяль» представлен продукцией из мяса птицы, говядины и конины (рис. 2). Ассортимент продукции из мяса птицы составляет 46 наименований (45,5 %), примерно половина ассортимента составляет продукция из говядины – 41 наименование (40,6 %). Узкий ассортимент у продуктов из конины – 12 наименований (11,9 %) и баранины – 2 наименования (2,0 %). Из рисунка <http://ej.kubagro.ru/2012/03/pdf/41.pdf>

видно, что рынок мясопродуктов «Халяль» занимает продукция из мяса птицы, говядины, конины и незначительную долю рынка занимают мясопродукты из баранины.

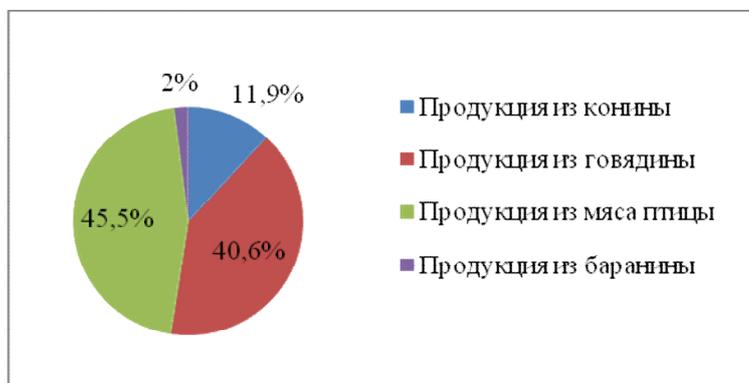


Рис. 2. Ассортимент мясопродуктов «Халяль» по видам сырья

Ассортимент мясопродуктов «Халяль» (рис. 3) представлен полуфабрикатами (бедрышко, голень, цыпленок, грудка, котлеты), субпродуктами (печень, желудки, сердечки), деликатесами и копченостями (рулет куриный, тушки копченые), а также колбасными изделиями (колбаса варёная – «Экстра», «Балычковая»; колбаса полукопчёная – «Рамазан») и консервами («Мясо индейки в собственном соку», «Птица тушеная в желе», «Паштет из индейки «Утренний»).

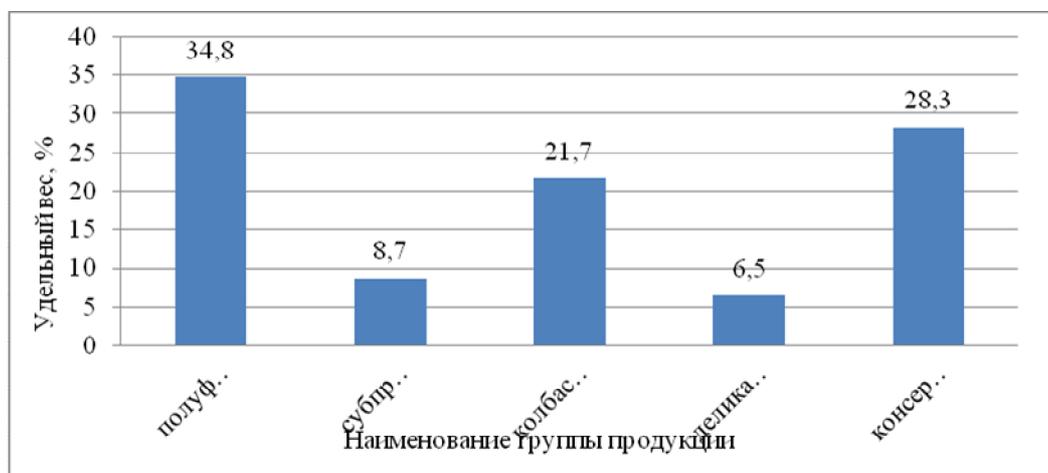


Рис. 3. Продукция из мяса птицы стандарта «Халяль» (г. Челябинск)

Полуфабрикаты из мяса птицы занимают треть ассортимента – 16 наименований (34,8 %), консервы составляют 13 наименований (28,3 %), колбасные изделия составляют – 10 наименований (21,7 %). Незначительную долю рынка занимают субпродукты и деликатесы и копчености из мяса птицы – 4 и 3 наименования соответственно (8,7 % и 6,5 %).

На рис. 4. представлено долевое распределение рынка российских производителей, выпускающих мясопродукты из мяса птицы стандарта «Халяль».

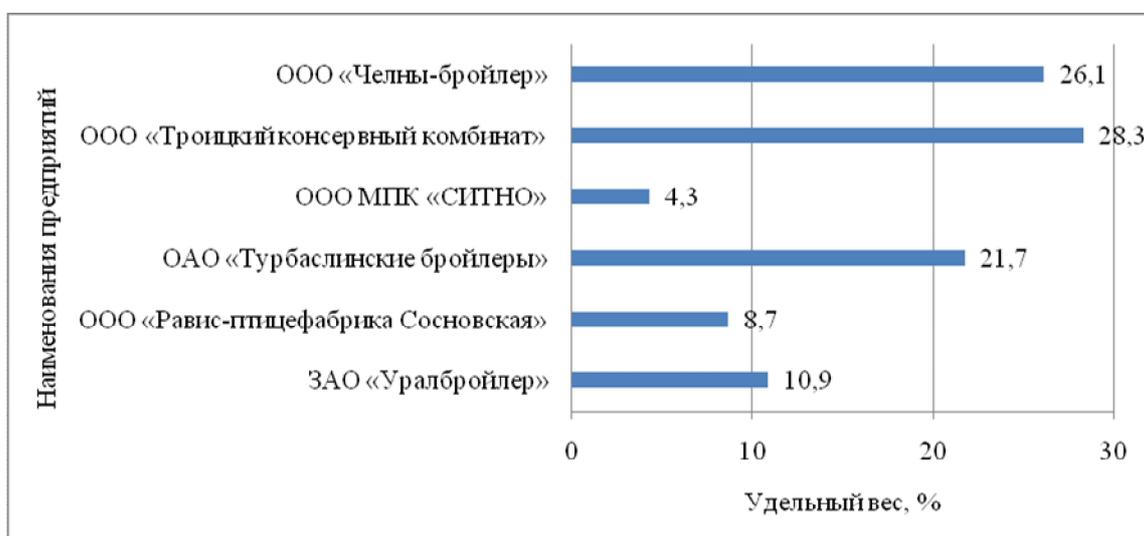


Рис. 4. Долевое распределение рынка российских производителей, выпускающих мясопродукты из мяса птицы «Халяль»

Продукция из мяса птицы представлена местными производителями (ЗАО «Уралбройлер», ООО «Равис – птицефабрика Сосновская», ООО МПК «Ситно», ООО «Троицкий консервный комбинат») и производителями из других регионов (ОАО «Турбаслинские бройлеры», ООО «Челны – Бройлер»).

Продукция из говядины в торговых сетях представлена широким ассортиментом колбас (вареные, полукопченые), полуфабрикатов (ёжики,

котлеты, пельмени, люля–кебаб и др.) и консервов (рис. 5). Ассортимент мясопродуктов «Халяль» из говядины составляет – 41 наименование, из них 14 наименований полуфабрикатов (34,1 %), 23 наименования колбас (56,1 %) и 4 наименования консервов (9,8 %).

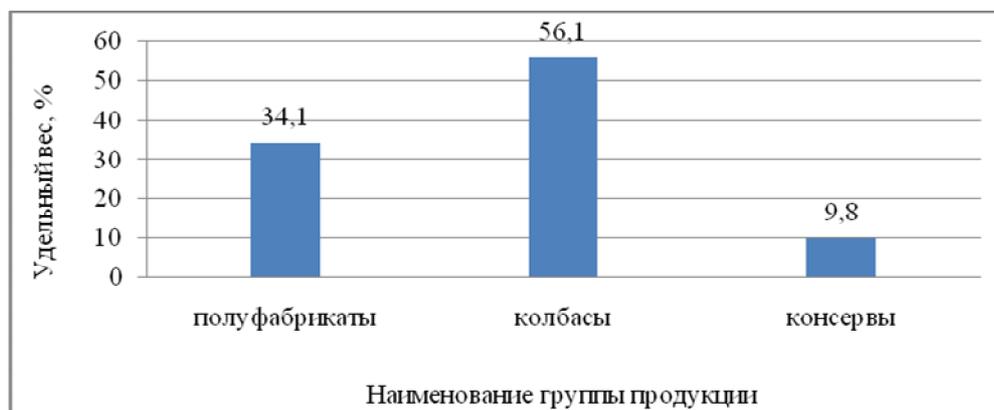


Рис. 5. Продукция из говядины стандарта «Халяль»

Мясопродукты «Халяль» из говядины, представленные на рынке Челябинска, производят следующие предприятия: ООО «Первый Вкус», ИП Карсакбаев, ООО «Халяль», ООО «Челны – Бройлер», ОАО «ЦАРИЦЫНО», ООО «Троицкий консервный комбинат».

В ходе маркетинговых исследований было установлено, что наибольшую долю рынка мясопродуктов из говядины занимает ООО «Халяль» – 58,5 % рынка и ОАО «ЦАРИЦЫНО» – 19,5 %. По 7,3 % рынка занимает продукция ООО «Первый Вкус» и ООО «Челны – Бройлер». Малую долю рынка занимает ИП Карсакбаев и ООО «Троицкий консервный комбинат» – 4,9 % и 2,4 % соответственно. Долевое распределение рынка российских производителей, выпускающих мясопродукты из говядины стандарта «Халяль» представлено на рис. 6.

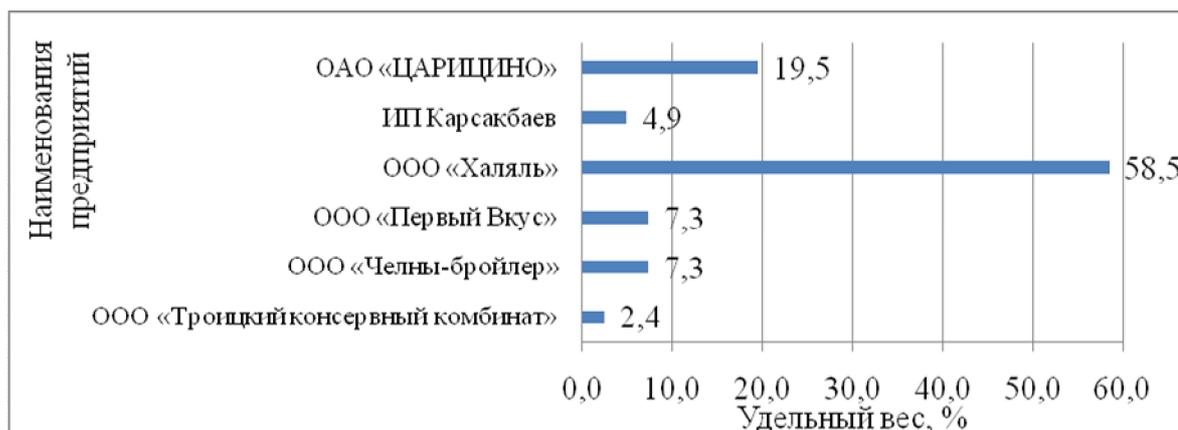


Рис. 6. Долевое распределение рынка российских производителей, выпускающих мясопродукты из говядины стандарта «Халяль»

Мясопродукты из конины на рынке г. Челябинска в основном представлены ООО «Халяль». Ассортимент мясопродуктов «Халяль» из конины представлен колбасами (50,0 %), деликатесами (41,7 %) и консервами (8,3 %) (рис. 7).



Рис. 7. Продукция из конины стандарта «Халяль»

В ходе маркетинговых исследований было выявлено, что по видам мясной продукции «Халяль» наибольшую долю занимают колбасы – 38,6 % (39 наименований), полуфабрикаты – 29,7 % (30 наименований) и консервы – 19,8 % (20 наименований). Деликатесы и субпродукты по – 7,9 % и 4% соответственно. Ассортимент мясной продукции «Халяль» представлен на рис. 8.

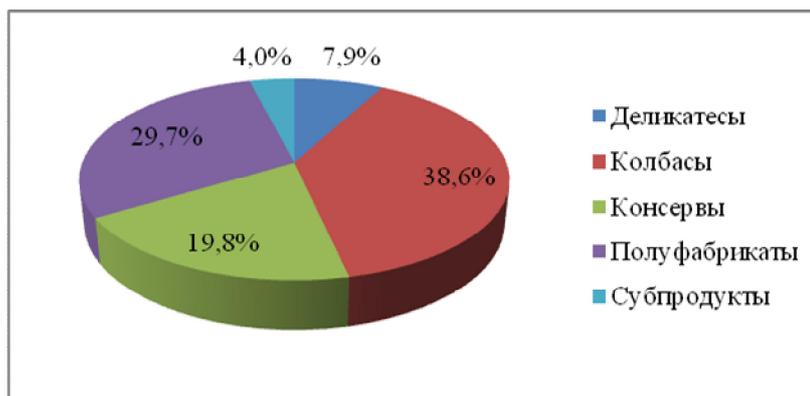


Рис. 8. Ассортимент мясной продукции «Халыаль» (г. Челябинск)

Колбасная продукция представлена на рынке вареными колбасами («Диета», «Султанская», «Мусульманская»), полукопчеными («Кавказская», «Крымская», «Пикантная») и варено-копчеными («Говяжья», «Московия», «Восточная»).

Колбасы стандарта «Халыаль» производятся в основном из говядины – 23 наименования (59 %), мяса птицы – 10 наименований (25,6 %) и конины – 6 наименований (15,4 %) (рис. 9).

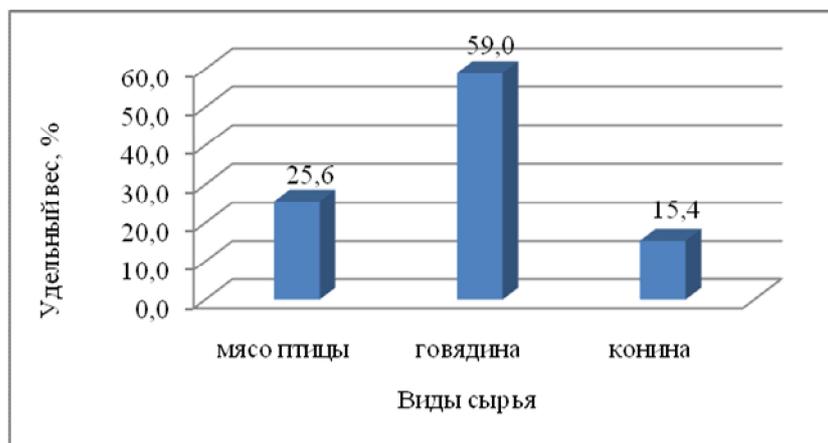


Рис. 9. Колбасы стандарта «Халыаль» по видам сырья (г. Челябинск)

В последнее время большим спросом у покупателей пользуются мясные полуфабрикаты. Ассортимент мясных полуфабрикатов разнообразен. Мясные полуфабрикаты «Халыаль» представлены в торговой

сети города из мяса птицы и говядины. Практически в равных долях представлены наименования мясных полуфабрикатов «Халяль» из мяса птицы – 16 наименований, что составляет 53,3 %, говядины – 14 наименований (46,7 %). На челябинском рынке мясных полуфабрикатов «Халяль» отсутствуют мясные полуфабрикаты из баранины и конины.

Консервы стандарта «Халяль» (рис.10) из мяса индейки составляют 10 наименований, что составляет 50,0 % («Мясо индейки в собственном соку», «Ветчина из индейки «Янтарная» и др.), говядины – 4 наименования – 20,0 % («Семейная трапеза рисовая с говядиной», «Говядина тушёная» и др.), курицы – 3 наименования – 15,0 % («Курица тушеная», «Мясо курицы в собственном соку» и др.), баранины – 2 наименования – 10 % («Баранина тушеная», «Баранина особая»). Консервы из конины составляют – 1, что составляет 5 % («Конина тушеная»).

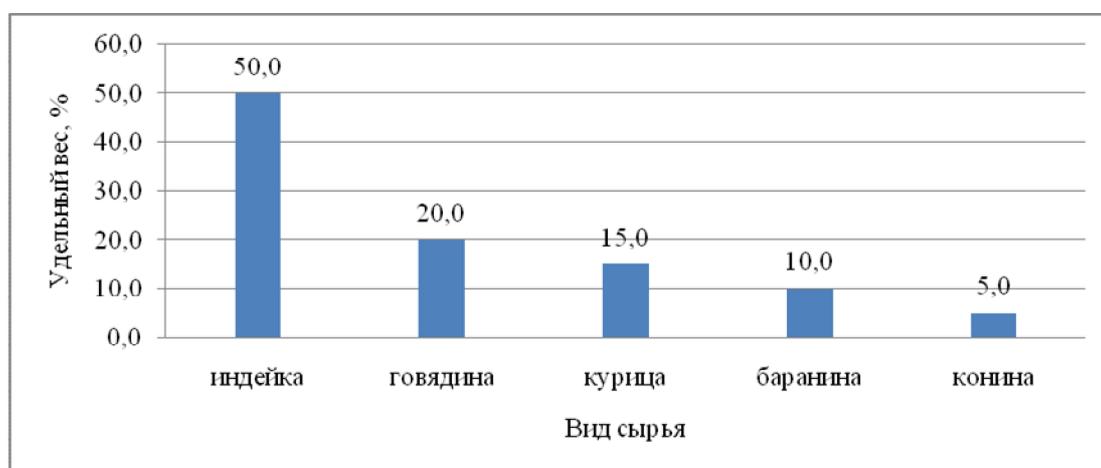


Рис. 10. Консервы «Халяль» по видам сырья (г. Челябинск)

Особое место в рационе потребителей занимают мясные деликатесы. Мясные деликатесы – это мясные изделия, представляющие собой части туши или куска мяса с неразрушенной структурой, подвергнутые посолу и термической обработке. Они имеют высокую пищевую ценность и хороший вкус. Мясные деликатесы стандарта «Халяль» из мяса птицы

составляют 5 наименований, что составляет 37,5 % (рулет куриный запеченный, тушки копченые и др.), конины – 3 наименования, что составляет 62,5 % (грудинка конская в оболочке, окорок конский «Особый», деликатес «Батыр»).

В ходе маркетинговых исследований было выявлено:

– в основном продукция представлена производителями из других регионов России (ООО «Халяль», ООО «Челны-Бройлер», ОАО «Турбаслинские бройлеры», ОАО «ЦАРИЦИНО»), которые представляют конкуренцию местным предприятиям выпускающим мясопродукты стандарта «Халяль»;

– в ассортименте мясной продукции «Халяль» преобладают колбасы, полуфабрикаты, консервы, деликатесы и субпродукты;

– продукция из говядины стандарта «Халяль» не представлена деликатесами;

– продукция из конины стандарта «Халяль» представлена малым ассортиментом колбас и не представлена полуфабрикатами;

– есть свободная ниша для внедрения – это мясопродукты «Халяль» из баранины.

В Челябинской области проживает 3508,4 тыс. человек, из них мусульмане – 410,4 тыс. человек. Мясная продукция «Халяль» из баранины будет пользоваться большим спросом у мусульман, так как баранина издревле является традиционным продуктом питания мусульман.

Список литературы:

1. Амерханов, И.М. Особенности производства мясопродуктов «Халяль» / И.М. Амерханов, М.Б. Ребезов, М.Ф. Хайруллин // Качество продукции, технологий и образования : мат. VI всерос. научн.-практ. конф. с междунар. участ. – Магнитогорск: МГТУ, 2011. – С. 265-266.
2. Амерханов, И.М. Особенности сертификации мясной продукции / И.М. Амерханов // Научный поиск. Технические науки: мат. III науч. конф. аспирантов и докторантов. – Челябинск: ЮУрГУ, 2011. – С. 136-139.