



ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА

**Управление контроля химической промышленности и
агропромышленного комплекса**

**Аналитический отчет по результатам анализа состояния конкуренции
на рынке мяса домашней птицы**

2016 г.

Содержание

- I. Общие положения**
- II. Методологическая база исследования рынка**
- III. Определение временного интервала исследования**
- IV. Определение продуктовых границ товарного рынка**
- V. Определение географических границ товарного рынка**
- VI. Определение состава хозяйствующих субъектов, действующих на товарном рынке**
- VII. Расчёт объёма товарного рынка и долей хозяйствующих субъектов на рынке**
- VIII. Определение уровня концентрации товарного рынка**
- IX. Определение барьеров входа на товарный рынок**
- X. Оценка состояния конкуренции на товарном рынке**
- XI. Предложения**

Аналитический отчет по результатам анализа состояния конкуренции на рынке мяса домашней птицы.

I. Общие положения

Анализ проводился в соответствии с приказом ФАС России от 18.12.2014 № 790/14 «О плане работы ФАС России по анализу состояния конкуренции на товарных рынках на 2015-2016 годы» и Порядком проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке, утверждённом приказом ФАС России от 28.04.2010 № 220 «Об утверждении порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке», а также методическими рекомендациями по анализу состоянию конкурентной среды на рынке мяса домашней птицы для практического применения территориальными органами ФАС России (письмо ФАС России от 29.01.2015 № ЦА/3301/15).

Анализ проводился совместно со всеми территориальными управлениями ФАС России. Использовалась информация, представленная также хозяйствующими субъектами - импортерами мяса домашней птицы, привлекался Российский птицеводческий союз, рассматривались данные о ввозе домашней птицы из стран, входящих в Таможенный союз ЕАЭС.

Целью настоящего анализа является оценка состояния конкуренции на рынке мяса домашней птицы, установление доминирующего положения хозяйствующих субъектов, осуществляющих деятельность по производству и/или реализации мяса домашней птицы на территории Российской Федерации, выявление барьеров входа на рынок и проблем, влияющих на развитие конкуренции на рассматриваемых рынках.

II. Методологическая база исследования рынка

В ходе оценки состояния конкуренции на указанном рынке ФАС России были использованы следующие нормативные правовые акты:

1. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции).
2. Федеральный закон от 02.01.2000 № 29-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов».
3. Технический регламент таможенного союза № 034/2013 «О безопасности мяса и мясной продукции», утвержденный Решением Совета Евразийской экономической комиссии от 09.10.2013 № 68.
4. Порядок проведения анализа и оценки состояния конкурентной среды на товарном рынке», утверждённый приказом ФАС России от 28.04.2010 № 220 (далее – Порядок).

5. Методические рекомендации ФАС России по анализу состояния конкурентной среды рынка мяса домашней птицы (от 29.01.2015 № ЦА/3301/150) (далее- Методические рекомендации).

6. Общероссийский классификатор видов экономической деятельности ОК 034-2014 (КПЕС 2008), и ОК 29-2014 (КДС Ред.2), принятый и введенный в действие приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 31.01.2014 г № 14-ст.

7. ГОСТ Р 52313-2005 «Птицеперерабатывающая промышленность. Продукты пищевые. Термины и определения».

8. ГОСТ 31962-2013 «Мясо кур (тушки кур, цыплят, цыплят-бройлеров и их частей)»

9. Доктрина продовольственной безопасности Российской Федерации, утвержденная Указом Президента Российской Федерации от 30 января 2010 года N 120 "Об утверждении Доктрины продовольственной безопасности Российской Федерации".

11. «Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013 - 2020 годы», утвержденная Постановлением Правительства Российской Федерации от 14 июля 2012 г. N 717.

10. Отраслевая программа "Развитие птицеводства в Российской Федерации на 2013 - 2015 годы, утвержденная приказом Министерства сельского хозяйства Российской Федерации от 06.03.2013 № 129.

Для определения характеристик товарного рынка использовались данные:

представленные органами управления агропромышленного комплекса субъектов Российской Федерации, данные территориальных органов Федеральной службы государственной статистики субъектов Российской Федерации, Федеральной налоговой службы России «сведения о государственной регистрации юридических лиц, индивидуальных предпринимателей, крестьянских (фермерских) хозяйств».

-Информация хозяйствующих субъектов, осуществляющих деятельность по производству и/или реализации мяса домашней птицы.

В проведении анализа приняли участие 84 территориальных управления ФАС России, представившие информацию по 85 субъектам Российской Федерации.

Согласно сведениям, полученным территориальными управлениями ФАС России от региональных производителей мяса домашней птицы, из 84 субъектов Российской Федерации в 19 субъектах Российской Федерации (Республике Адыгея, Республике Алтай, г. Москве, г. Санкт-Петербург, Еврейской автономной области, Камчатском крае, Ненецком автономном округе, Республике Бурятия, Республике Дагестан, Республике Ингушетия, Республике Калмыкия, Карачаево-Черкесской Республике, Республике

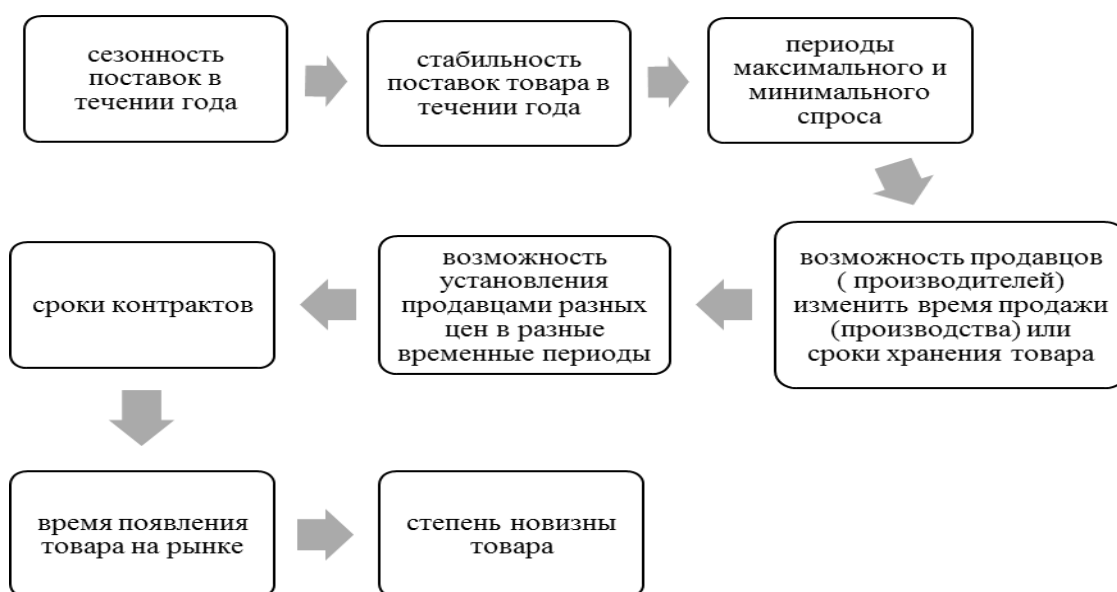
Северная Осетия - Алания, Республике Тыва, Чеченской Республике, Рязанской области, Смоленской области, Чукотском автономном округе, Ямало-Ненецком автономном округе), мясо домашней птицы не производится.

В соответствии с Методическими рекомендациями территориальные управления ФАС России, на подведомственной территории которых отсутствуют зарегистрированные хозяйствующие субъекты, осуществляющие производство мяса кур, представляют в ФАС России информацию о выявленных обстоятельствах, исключающих возможность предоставления информации в соответствии с разделами IV и V Методических рекомендаций.

III. Определение временного интервала исследования

Согласно части 9 статьи 5 Закона о защите конкуренции, временной интервал анализа состояния конкуренции определяется в зависимости от цели исследования, особенностей товарного рынка и доступности информации. Наименьший временной интервал анализа состояния конкуренции в целях установления доминирующего положения хозяйствующего субъекта должен составлять один год или срок существования товарного рынка, если он составляет менее чем один год.

Если покупатели не заменяют и не готовы заменить в потреблении товар, приобретаемый в одни периоды времени этим товаром, приобретаемым в другие периоды времени, то при выборе временного интервала учитываются обуславливающие данный выбор характеристики товарного рынка. При выборе временного интервала также учитывались следующие факторы:



Согласно разделу II Методических рекомендаций временной интервал исследования определен 2012-2014 годами.

IV. Определение продуктовых границ товарного рынка

Процедура определения продуктовых границ товарного рынка предполагает:



Согласно пункту 1 статьи 4 Закона о защите конкуренции, под товаром понимается объект гражданских прав (в том числе работа, услуга, включая финансовую услугу), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Предварительное определение товара проводится в том числе на основе анализа общероссийских классификаторов продукции, видов экономической деятельности, товарных словарей или справочников товароведов, а также заключений специалистов, имеющих специальные знания в соответствующей сфере.

Методическими рекомендациями товар, подлежащий исследованию, определен как мясо домашней птицы.

Согласно Общероссийскому классификатору видов экономической деятельности ОК 029-2014 (КДС ред.2), утвержденному Росстатом от 31.01.2014 № 14-ст, деятельность по производству мяса домашней птицы классифицируется кодом 01.47.11 «Выращивание сельскохозяйственной птицы на мясо».

Мясо птицы – это туша или часть туши, полученная после убоя и первичной обработки птицы и представляющая собой совокупность различных тканей-мышечной, соединительной, жировой, костной и др.

Основными видами домашней птицы являются: куры, гуси, утки, индейки и цесарки. В Российской Федерации на сегодняшний день в общем объеме производства мяса птицы преобладает мясо кур. Объем производства других видов мяса птицы мал и не может оказать существенного влияния на условия обращения товара на рынке.

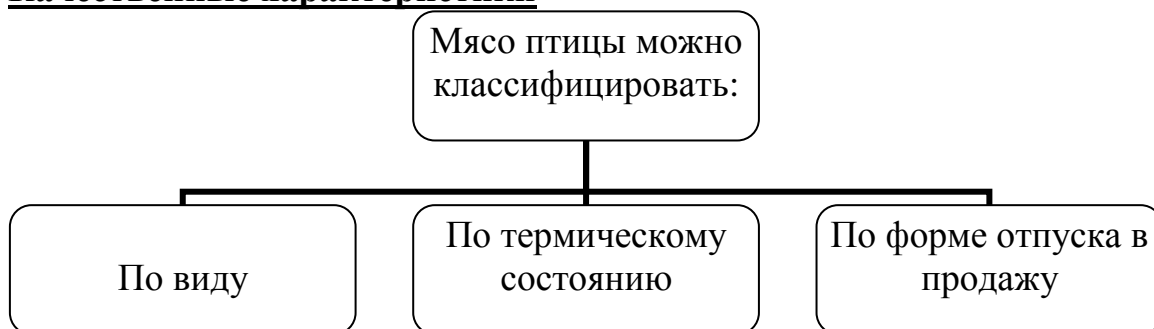
Согласно Общероссийскому классификатору продукции по видам экономической деятельности, ОК 034-2014 (КПЕС 2008), утвержденному приказом Росстандарта от 31.01.2014 № 14-ст, мясо кур классифицируется следующими кодами:

-10.12.10.110 «Мясо кур охлажденное»

-10.12.20.110 «Мясо кур замороженное (подмороженное)».

Таким образом, продуктовые границы товарного рынка определены как мясо кур охлажденное и замороженное (подмороженное).

Качественные характеристики



Куры- наиболее распространенный вид домашней птицы. В зависимости от продуктивности кур подразделяют на:

1. Мясные (корниши, брама, лагман), характеризуются большой живой массой, быстрым ростом, скороспелостью. Большое внимание уделяется выращиванию **бройлеров –цыплят** мясной породы. В возрасте 60 суток достигают живой массы 1,6 кг и более. Мясо обладает высокими вкусовыми и диетическими достоинствами. В нем содержится около 20% белков и 5,2-12,3% жира.
2. Яйценосные (русские белы, нью-гемпшир, леггорны, полтавские, белые московские). Масса небольшая. Яйценоскость 220-260 яиц в год.
3. Общепользовательные (загорские, плимутроки, ливенские, московские черные и др). Крупнее яйценосных, но яйца их мельче.

По виду и возрасту:

- Молодой (тушки цыплят, бройлеров цыплят)
- Взрослой (тушки кур)

Тушки молодой птицы имеют неокостеневший (хрящевидный) киль грудной кости, неогрубевший клюв. У бройлеров- цыплят на ногах гладкая и плотно прилегающая чешуя, недоразвитые шпоры в виде бугорков.

У тушки взрослой птицы окостеневший (твердый) киль грудной кости, ороговевший клюв. Шпоры твердые.

По способу технологической обработки (форма отпуска в продажу) мясо кур выпускают в виде целых тушек и их частей (кроме цыплят): полутушки, четвертины передние и задние, грудки, окорочка, крылья, голени и бедра (ГОСТ 31962-2013). Также различают потрошенные, потрошенные с комплектом потрохов и шеей.

По термическому состоянию тушки птицы могут быть (согласно ГОСТ Р 52313-2005):



- a. Свежее мясо птицы (мясо птицы без признаков порчи, определяемой органолептическими, физико-химическими и микробиологическими методами).
- b. Парное мясо птицы (свежее мясо птицы, полученное после убоя, температура в толще мышц не ниже 25°C).
- c. Остывшее мясо птицы (свежее мясо птицы, полученное после убоя, температура в толще мышц не ниже 25°C).
- d. Охлажденное мясо птицы (свежее мясо птицы, полученное после убоя и охлажденное до температуры в толще мышц от 0°C до 4 °C).
- e. Подмороженное мясо птицы (свежее мясо птицы, полученное после убоя и подмороженное до температуры в толще мышц от минус 2°C до минус 3°C).

- f. Замороженное мясо птицы (мясо птицы после замораживания до температуры в толще мышц не выше минус 8°C).
- g. Глубокозамороженное мясо птицы (мясо птицы после замораживания до температуры в толще мышц не выше минус 18°C).
- h. Размороженное мясо птицы (замороженное или глубокозамороженное мясо птицы, подвергнутое оттаиванию до температуры в толще мышц от минут 1°C до 4°C).
- i. Мясо птицы сублимационной сушки (мясо птицы, полученное в результате удаления влаги путем превращения ее в пар непосредственно из замороженного состояния и так далее в соответствии с ГОСТом).

В зависимости от упитанности и качества послеубойной обработки тушки всех видов птиц (кроме петухов) подразделяют на 1 и 2 категории. Упитанность определяется по степени развития мышечной ткани и выделения гребня грудной кости (киля), количеству подкожных жировых отложений и качеству обработки поверхности.

Транспортировка и хранение :

В соответствии с ГОСТ 31962-2013, мясо кур транспортируется всеми видами транспорта, используемыми для перевозки мяса и мясных продуктов, который должен обеспечивать заданные изготовителем температурно-влажностные режимы и соответствовать специальным санитарно-гигиеническим регламентам, исключать возможность загрязнения сырья и готовой продукции, соответствовать правилам перевозок скоропортящихся грузов. Остывшее мясо кур транспортировке и хранению не подлежит.

Рекомендуемые сроки годности

- I. охлажденного** мяса кур при температуре воздуха в холодильной камере от минут 2°C до плюс 12°C включительно: тушек – не более 5 суток, частей тушек- не более 2 суток, со дня выработки.
- II. замороженного** мяса кур со дня выработки при температуре воздуха в холодильной камере, обеспечивающей поддержание температуры в толще продукта:
 - не выше минус 12°C – тушек в потребительской таре- не более 8 мес., в групповой упаковке – не более 4 мес., частей тушек-не более 1 мес.
 - не выше минус 18 °C- тушек в потребительской таре-не более 12 мес., в групповой упаковке- не более 8 мес., частей тушек- не более 3 мес.
 - не выше минус 25°C- тушек в потребительской таре- не более 14 мес., в групповой упаковке- не более 11 мес.

Потребительские свойства товара от способа хранения, включая заморозку, не меняются.

Рассматриваемая группа - **заменителей не имеет**, поскольку мясо куриное относится к социально значимой группе продуктов питания, находится в низком ценовом сегменте по отношению к другим видам мяса и мяса птицы и не может ими заменено.

Анализируемый вид деятельности – оптовая реализация мяса охлажденного и замороженного (подмороженного) независимым покупателям хозяйствующими субъектами, осуществляющими его

производство, и/ или иными хозяйствующими субъектами, входящими в одну группу лиц с производителем, либо через торговый дом или иные предприятия, осуществляющие обвалку и доработку (фасовку, упаковку) готовой продукции.

V. Определение географических границ товарного рынка

Определение географических границ товарного рынка в соответствии со статьёй 4 Закона о защите конкуренции основывается на экономической, технической или иной возможности либо целесообразности покупателя приобрести товар на территории Российской Федерации или ее части и отсутствии такой возможности либо целесообразности за ее пределами, а также готовности и возможности продавцов продать рассматриваемый товар в установленных географических границах.

Иными словами, при определении географических границ рынка учитывается степень одновременности исполнения условия «достижимости» (с позиций покупателя) и «доставляемости» (с позиций продавца) товара.

При выявлении условий обращения товара, ограничивающих экономические возможности приобретения товара покупателями, учитывались требования условий транспортировки товара (обеспечивающие сохранение потребительских свойств товара), организационно-транспортные схемы приобретения товара покупателями; возможность перемещения товара к покупателю или покупателя к товару; наличие, доступность и взаимозаменяемость транспортных средств для перемещения товара; расходы, связанные с поиском и приобретением товара, а также транспортные расходы; особенности территории в предварительно определенных географических границах товарного рынка.

Схема товародвижения, определяющая фактические районы реализации товара (месторасположение покупателей или фактическую территорию спроса), хозяйствующих субъектов, реализующих товар на рынке (месторасположение продавцов) была установлена на основании данных опроса предприятий-производителей и оптовых покупателей согласно Приложению № 2 и Приложению № 3 к Методическим рекомендациям.

Определение географических границ проведено методом установления фактических районов продаж товара (месторасположения покупателей или фактической территории спроса) хозяйствующих субъектов (продавцов), действующих на анализируемом рынке. Схема товародвижения установлена на основании данных опроса предприятий-производителей товара. На основе информации о структуре товаропотоков (о границах территории, за пределы которой вывозится и на которую ввозится не более 10% от общего объёма рассматриваемой товарной массы.) **географические границы** рынка мяса кур охлажденного и замороженного (подмороженного) определены как **региональные**, к которым отнесены территориальные границы 78 субъектов Российской Федерации.

При этом товарные рынки в установленных географических границах подразделяются на:

- региональные рынки (65 рынков), на которых обращается товар, как произведенный региональными производителями, так и ввезённый.

К ним отнесены рынки в территориальных границах: Алтайского края, Амурской области, Архангельской области, Астраханской области, Республики Башкортостан, Белгородской области, Брянской области, Владимирской области, Волгоградской области, Вологодской области, Воронежской области, Забайкальского края, Ивановской области, Иркутской области, Кабардино-Балкарской Республики, Калининградской области, калужской области, Республики Карелия, Кемеровской области, Кировской области, Республики Коми, Костромской области, Краснодарского края, Красноярского края, Республики Крым, Курганской области, Курской области, Ленинградской области, Липецкой области, Магаданской области, Республики Марий Эл, Республики Мордовия, Московской области, Мурманской области, Нижегородской области, Новгородской области, Новосибирской области, Омской области, Оренбургской области, Орловской области, Пензенской области, Пермского края, Приморского края, Псковской области, Ростовской области, Самарской области, Саратовской области, Сахалинской области, Свердловской области Ставропольского края, Тамбовской области, Республики Татарстан, Тверской области, Томской области, Тульской области, Тюменской области, Удмуртской Республики, Ульяновской области, Хабаровского края, Республики Хакасия, Ханты-Мансийского автономного округа, Чувашской Республики - Чувашии, Республики Саха (Якутия), Ярославской области;

- региональные рынки (19 рынков), на которых ввиду отсутствия зарегистрированных хозяйствующих субъектов, осуществляющих производство мяса кур охлажденного и замороженного (подмороженного), обращается исключительно ввезённый товар.

К ним отнесены рынки в территориальных границах: города Москвы, города Санкт-Петербурга, Еврейской автономной области, Камчатского края, Карачаево-Черкесской Республики, Ненецкого автономного округа, Республики Адыгея, Республики Алтай, Республики Бурятия, Республики Дагестан, Республики Ингушетия, Республики Калмыкия, Республики Северная Осетия (Алания), Республики Тыва, Рязанской области, Смоленской области, Чеченской Республики, Чукотской автономной области, Ямало-Ненецкого автономного округа;

В 7 субъектах Российской Федерации: Республики Алтай (2012 и 2014 годах), Еврейской автономной области, Ненецком автономном округе, Республике Крым (2012, 2013 годах), Республике Ингушетия, Чеченской Республике (2012 году), Чукотском автономном округе оптовая реализация от производителей мяса кур охлажденного и замороженного (подмороженного) отсутствовала.

VI. Определение состава хозяйствующих субъектов, действующих на товарном рынке

В статье 4 Закона о защите конкуренции даны понятия товара и товарного рынка. Согласно определениям, данным в статье, товар- это объект гражданских прав (в том числе работа, услуга, включая финансовую услугу), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот, товарный рынок-сфера обращения товара (в том числе товара иностранного производства), который не может быть заменен другим товаром, или взаимозаменяемых товаров, в границах которой (в том числе географических) исходя из экономической, технической или иной возможности либо целесообразности приобретатель может приобрести товар, и такая возможность либо целесообразность отсутствует за ее пределами.

В состав хозяйствующих субъектов, действующих на товарном рынке, включаются хозяйствующие субъекты, постоянно производящие и закупающие в его границах рассматриваемый товар в пределах определённого временного интервала.

Продавцами на анализируемом товарном рынке выступают хозяйствующие субъекты, осуществляющие производство и оптовую реализацию мяса кур охлажденного и замороженного (подмороженного), а также оптовые покупатели товара, входящие в одну группу лиц с производителями, и осуществляющие оптовую реализацию мяса кур охлажденного и замороженного (подмороженного) покупателям.

Производителями и поставщиками исследуемого товара являются предприятия различных организационно-правовых форм собственности (ОАО, ЗАО, ООО, и др.).

В ходе исследования проанализирована деятельность всех предприятий, осуществляющих производство и оптовую реализацию мяса кур охлажденного и замороженного (подмороженного) на территории Российской Федерации с учётом деятельности всех филиалов компаний, которые расположены на территориях разных регионов Российской Федерации.

Покупателями на анализируемом товарном рынке являются:

- оптовые покупатели, приобретающие товар в целях дальнейшей его перепродажи оптом (осуществления оптовой торговой деятельности);
- торговые организации, приобретающие товар в целях дальнейшей перепродажи товара в розницу (осуществления розничной торговой деятельности).

Следует отметить, что наиболее крупными производителями исследуемой продукции является Белгородская область, Челябинская область, Ленинградская область, Краснодарский край, Ставропольский край.

VII. Расчёт объёма товарного рынка и долей хозяйствующих субъектов на рынке

Расчёт объёмов региональных товарных рынков мяса кур охлажденного и замороженного (подмороженного) и долей хозяйствующих субъектов на указанных рынках проведен на основе информации, полученной территориальными управлениями ФАС России от хозяйствующих субъектов, действующих на данном рынке в соответствующем регионе Российской Федерации.

Объем ввезенного (импортированного) на территорию Российской Федерации мяса кур охлажденного и замороженного (подмороженного) при расчете объёмов региональных товарных рынков не учитывался в связи с тем, что отсутствует достоверная таможенная статистика по указанному товару. За исследуемый период большая часть хозяйствующих субъектов - импортеров или сменила адрес фактического местонахождения или прекратила производство.

Более того, получить информацию о товаропотоках мяса кур охлажденного и замороженного (подмороженного) со странами Таможенного союза не представляется возможным в связи с тем, что показатели являются агрегированными.

При этом по данным ФТС России, объем импорта в 2012 году составил 444 874 т или 19% от объема реализации мяса кур охлажденного и замороженного (подмороженного) в целом по Российской Федерации, в 2013 году составил 502 606 т или 18%, в 2014 году составил 439 319 т или 14%.

В связи с этим, расчет объёмов региональных рынков мяса кур охлажденного и замороженного (подмороженного), проведенный без учета импортных поставок товара, представляется достаточно репрезентативным. Возможно, более значительное влияние на структуру рынка импортные поставки оказывают на приграничных территориях.

Субъектный состав исследуемых товарных рынков в установленных географических границах и доли хозяйствующих субъектов на рынках представлены в Приложении 1 к настоящему Аналитическому отчёту.

Хозяйствующие субъекты с признаками доминирования на региональном рынке в соответствии с частью 1 статьи 5 Закона о защите конкуренции (**с долей более 50%**) в 2012 году занимают 59 %, в 2013 году 57%, в 2014 году 53% от общего числа выявленных рынков.

Хозяйствующие субъекты **с долей более 35%** в 2012 году занимают 29%, в 2013 году 21%, в 2014 году 25%.



Наиболее сильные позиции на региональных рынках по производству и оптовой реализации мяса кур охлажденного и замороженного (подмороженного) имеют ЗАО «Приосколье», ЗАО «Белая птица», «БЭЗРК-Белгранкорм», ОАО ГК «Черкизово», занимающее ведущее положение в целом на отечественном рынке по производству и реализации мяса кур охлажденного и замороженного (подмороженного).

Доля хозяйствующего субъекта на товарном рынке рассчитывается как выраженное в процентах отношение показателя, характеризующего объём товарной массы, поставляемой данным хозяйствующим субъектом на рассматриваемый товарный рынок, к показателю, характеризующему объём рассматриваемого товарного рынка.

Данный показатель позволяет наиболее точно охарактеризовать положение хозяйствующих субъектов на рассматриваемом товарном рынке с точки зрения конкуренции.

Доля хозяйствующего субъекта (группы лиц) на товарном рынке определяется применительно к установленному временному интервалу, к продуктовым границам и к географическим границам рассматриваемого товарного рынка, а также к составу хозяйствующих субъектов, действующих на товарном рынке.

При расчёте объёма товарного рынка и долей хозяйствующих субъектов на рынке мяса кур охлажденного и замороженного (подмороженного) использовалась информация, представленная территориальными органами ФАС России, полученная ими от хозяйствующих субъектов, действующих на исследуемом товарном рынке.

Общий объём реализации мяса кур охлажденного и замороженного (подмороженного) в Российской Федерации составил:

в 2012 году – 2 275 333 т;

в 2013 году – 2 761 047 т;

в 2014 году – 3 011 166 т.



Самыми крупными группами лиц, в состав которых входят хозяйствующие субъекты, осуществляющие оптовую реализацию мяса кур охлажденного и замороженного (подмороженного) на территории Российской Федерации, являются ГК «Черкизово», ЗАО «Приосколье», ЗАО «Белая птица», АО фирма «Агрокомплекс», ЗАО «Уралбройлер», АО фирма «Агрокомплекс», АО птицефабрика «Северная».

VIII. Определение уровня концентрации товарного рынка

Уровень концентрации рынков реализации мяса кур охлажденного и замороженного (подмороженного) в установленных географических границах определен на основе показателей рыночной концентрации - коэффициента рыночной концентрации (CR-3) и индекса рыночной концентрации Герфиндаля-Гиршмана (НИИ).

Расчётные значения показателей рыночной концентрации представлены в Приложении 1 к Аналитическом отчёту.

По результатам анализа количественных и качественных показателей, характеризующих структуру региональных рынков мяса кур охлажденного и замороженного (подмороженного) данные товарные рынки отнесены к:

высококонтентрированному рынку (с неразвитой конкурентной средой): в Республике Адыгея, Алтайском крае, Республике Алтай, Амурской области, Архангельской области, Астраханской области, Республике Башкортостан, Белгородской области, Брянской области, Республике Бурятия, Вологодской области, Воронежской области, Республике Дагестан, Еврейской автономной области, Забайкальском крае,

Ивановской области, Республике Ингушетия, Иркутской области, Кабардино-Балкарской Республике, Калининградской области, Республике Калмыкия, Калужской области, Камчатском крае, Карачаево-Черкесской Республике, Республике Карелия, Кемеровской области, Кировской области, Республике Коми, Краснодарском крае, Республике Крым, Курганской области, Курской области, Липецкой области, Магаданской области, Республике Марий Эл, Республике Мордовия, Мурманской области, Ненецком автономном округе, Новгородской области, Омской области, Оренбургской области, Орловской области, Пензенской области, Пермском крае, Приморском крае, Псковской области, г. Санкт-Петербург, Сахалинском области, Республике Северная Осетия (Алания), Смоленской области, Ставропольском крае, Тамбовской области, Республике Татарстан, Тверской области, Томской области, Тульской области, Республике Тыва, Тюменской области, Удмуртской Республике, Ульяновской области, Хабаровском крае, Республике Хакасия, Ханты-Мансийском автономном округе, Челябинской области, Чеченской Республике, Чувашии, Чукотском автономном округе, Республике Якутия, Ямало-Ненецком автономном округе, Ярославской области;

умеренноконцентрированному рынку (с недостаточно развитой конкурентной средой)

в 2012 году отнесены 9 рынков, расположенных: во Владимирской, Костромской, Московской, Нижегородской, Самарской, Саратовской, Свердловской областях, Краснодарском крае, г. Москве;

в 2013 году отнесены 10 рынков, расположенных: в Вологодской, Костромской, Московской, Нижегородской, Новосибирской, Ростовской, Самарской, Саратовской, Свердловской областях, г. Москве;

в 2014 году отнесены 10 рынков, расположенных: во Владимирской, Костромской, Московской, Нижегородской, Рязанской, Самарской, Саратовской, Свердловской областях, г. Москве, Красноярском крае.

К низкоконцентрированному рынку за исследуемый период (с развитой конкурентной средой) не отнесен ни один рынок.

Таким образом, **неразвитая конкуренция** (высокий уровень концентрации) выявлена на подавляющем большинстве региональных рынков мяса кур охлажденного и замороженного (подмороженного) — на **74 региональных рынках** или **88%** всех выявленных региональных рынков.

Региональные рынки **с недостаточно развитой конкурентной средой (10 региональных рынков)** составляют **11,9%** всех выявленных региональных рынков мяса кур охлажденного и замороженного (подмороженного).

Развитой конкуренцией ни один рынок Российской Федерации не характеризуется.

IX. Определение барьеров входа на товарный рынок

Условия входа фирм на рынок определяются разными факторами, в связи с чем входные барьеры классифицируются по видам. В частности, доминирующее положение фирмы на рынке может быть использовано ею для создания стратегических барьеров и установления монопольно высоких цен.

Потенциальными конкурентами считаются:

- хозяйствующие субъекты, которые имеют материально-техническую базу, кадры, технологии для изготовления товара, но по разным причинам не реализуют эти возможности;
- хозяйствующие субъекты, которые изготавливают товар, но не продают его на исследуемом товарном рынке;
- новые хозяйствующие субъекты, входящие на товарный рынок.

Процедура определения обстоятельств или действий, препятствующих или затрудняющих и ограничивающих хозяйствующим субъектам начало деятельности на товарном рынке, включает:

- выявление наличия (отсутствия) барьеров входа на исследуемый товарный рынок;
- определение преодолимости выявленных барьеров входа на исследуемый товарный рынок.

В соответствии с разделом V Методических рекомендаций и на основании аналитических отчетов территориальных управлений ФАС России, составленных на основании данных, полученных от хозяйствующих субъектов, к барьерам входа на рынок мяса домашней птицы относятся следующие виды обстоятельств или действий, препятствующих или затрудняющих и ограничивающих деятельность хозяйствующих субъектов на указанном товарном рынке:



Как видно из представленных данных, наиболее труднопреодолимыми барьерами хозяйствующие субъекты считают экономические ограничения, затем следуют административные барьеры, вводимые органами государственной власти и местного самоуправления и иными органами и организациями, наделенными правами данных органов. Значимость организационных и стратегических барьеров не так велика и они являются преодолимыми.

Ввиду наличия в каждом ограничении дополнительных разновидностей барьеров, хозяйствующие субъекты в каждом регионе были дополнительно опрошены по каждому подвиду барьеров, с целью выявления в каждом ограничении наиболее существенных и проблемных норм, влияющих на развитие конкуренции в области производства мяса домашней птицы.

1. Так к экономическим ограничениям, относят значительные капиталовложения, сроки окупаемости капитальных вложений, ограничения, связанные с доступом к молочному сырью, отсутствием эффективной поддержки отрасли. В Рис. 2 представлены доли различных видов экономических барьеров:



- По данным опроса 38% хозяйствующих субъектов, осуществляющих свою деятельность на территориях Астраханской, Брянской, Владимирской,

Вологодской, Волгоградской, Ивановской, Иркутской, Калининградской, Калужской, Кировской, Костромской, Курской, Курганской, Ленинградской, Липецкой, Магаданской, Московской, Мурманской, Нижегородской, Новгородской, Новосибирской, Оренбургской, Орловской, Пензенской, Псковской, Ростовской, Самарской, Саратовской, Тверской, Томской, Тульской, Тюменской, Ульяновской, Челябинской, Ярославской областях, Чувашии, Якутии, Удмуртии, Татарстана, Марий Эл, Крыма, Коми, Карелии, Башкортостана, Кабардино-Балкарской Республики, Карачаево-Черкесской Республики, а также на территории Забайкальского, Краснодарского, Красноярского, Пермского, Приморского, Ставропольского, Хабаровского краев и Ханты-Мансийского автономного округа, отметили труднопреодолимость барьеров, **связанных со значительными капиталовложениями.**

- Ограничения, связанные с входом на рынок в связи с **отсутствием эффективной поддержки отрасли**, отметили 30,9% опрошенных хозяйствующих субъектов, осуществляющих свою деятельность на территориях Астраханской, Брянской, Владимирской, Вологодской, Ивановской, Иркутской, Калужской, Кировской, Костромской, Курской, Курганской, Ленинградской, Липецкой, Магаданской, Московской, Новгородской, Новосибирской, Омской, Пензенской, Ростовской, Самарской, Саратовской, Сахалинской, Тверской, Тульской, Челябинской, Ярославской областей, в Республиках Кабардино-Балкария, Карачаево-Черкессия, Карелия, Коми, Крым, Мордовия, Чувашия, Якутия, а также в Алтайском, Забайкальском, Краснодарском, Красноярском, Пермском, Приморском, Ставропольском, Хабаровской краях и Ханты-Мансийском автономном округе.

- Ограничения, связанные с входом на рынок в связи с **долгим сроком окупаемости капитальных вложений** отметили 26,7 % опрошенных хозяйствующих субъектов, осуществляющих свою деятельность на территориях Астраханской, Брянской, Владимирской, Иркутской, Калужской, Кировской, Костромской, Курской, Курганской, Ленинградской, Липецкой, Магаданской, Московской, Нижегородской, Новосибирской, Оренбургской, Орловской, Пензенской, Псковской, Ростовской, Саратовской, Свердловской, Тверской, Тульской, Тюменской, Челябинской, Ярославской областей, Республиках Башкортостан, Кабардино-Балкария, Карачаево-Черкессия, Марий Эл, Мордовия, Татарстан, Чувашия, Якутия и Пермского, Хабаровского краев, Ханты-Мансийского автономного округа.

- Ограничения, связанные с входом на рынок в связи с **ограниченным доступом к молочному сырью**, отметили 4 % респондентов, осуществляющих свою деятельность на территориях Калужской, Липецкой, Оренбургской, Челябинской областях, Республиках Кабардино-Балкария, Башкортостан.

2. К административным ограничениям относят следующие барьеры:

2.1. ограничения в предоставлении долгосрочных кредитов и технические стандарты и стандарты качества – отмечены 46 хозяйствующими субъектами, осуществляющими деятельность на территории 17 субъектов Российской Федерации – Смоленской области, Чеченской Республики, Ставропольского края, Мурманской области, города Санкт-Петербурга, Ульяновской области, Ростовской области, Республики Татарстан, Вологодской области, Республики Дагестан, Краснодарского края, Республики Башкортостан, Карачаево-Черкесской Республики, Кировской области, Оренбургской области, Московской области, Самарской области;

2.2. ветеринарно-санитарные требования, технические стандарты и стандарты качества – отмечены 37 хозяйствующими субъектами, осуществляющими деятельность на территории 31 субъекта Российской Федерации – Новосибирской области, Владимирской области, Удмуртской Республики, Нижегородской области, Рязанской области, Ростовской области, города Москвы, Алтайского края, Краснодарского края, Республики Башкортостан, Калужской области, Карачаево-Черкесской Республики, Кировской области, Оренбургской области, Томской области, Орловской области, Республики Татарстан, Пензенской области, Республики Карелия, Омской области;

2.3. ограничения в виде законодательных актов, определяющих налоговую и экономическую политику, предоставление льгот отдельным хозяйствующим субъектам – отмечены 31 хозяйствующим субъектом, осуществляющим деятельность на территории 33 субъектов Российской Федерации – города Санкт-Петербурга, Кировской области, Республики Мордовия, Новгородской области, Белгородской области, Ульяновской области, Сахалинской области, Республики Саха (Якутия), Вологодской области, Амурской области, Республики Карелия, Самарской области, Ростовской области, Республики Татарстан, Саратовской области, Республики Дагестан, Карачаево-Черкесской Республики, Смоленской области, Ставропольского края, Рязанской области, Кемеровской области, города Москвы, Краснодарского края;

2.4. решения органов власти по ограничению ввоза (вывоза) товаров на территорию (с территории) и тарифная политика при осуществлении внутренних перевозок – отмечены 4 хозяйствующими субъектами, осуществляющими деятельность на территории 15 субъектов Российской Федерации – Ставропольского края, Тюменской области, Орловской области, Республики Башкирия, Карачаево-Черкесской Республики, Хабаровского края, Рязанской области, Мурманской области, Республики Хакасия, Саратовской области, Свердловской области, Краснодарского края, Республики Карелия, Республики Мордовия;

2.5. некоторые хозяйствующие субъекты (в частности, осуществляющие деятельность на территории Сахалинской области и города Санкт-Петербурга) отметили иные ограничения, например, отсутствие торговых площадок для молочных павильонов (торговых объектов).

Таким образом доли различных видов административных барьеров представлены на Рис. 3.



Из представленных данных видно, что одним из самых труднопреодолимых административных барьеров являются ограничения в предоставлении долгосрочных кредитов, высокие процентные ставки.

3. Организационные ограничения, среди которых хозяйствующие субъекты выделяют:

3.1. ёмкость товарного рынка (степень насыщенности рынка, уровень платежеспособного спроса, активность иностранных конкурентов) – отмечены 57 хозяйствующими субъектами, осуществляющими деятельность на территории 39 субъектов Российской Федерации – Сахалинской области, Новосибирской области, Смоленской области, Томской области, Ставропольского края, Хабаровского края, Нижегородской области, Белгородской области, Чувашской Республики, Рязанской области, Кемеровской области, Тюменской области, Мурманской области, Орловской области, города Санкт-Петербурга, Ростовской области, Республики Татарстан, Республики Хакасия, Республики Саха (Якутия), Вологодской области, Саратовской области, Пензенской области, Свердловской области, города Москвы, Воронежской области, Алтайского края, Республики Дагестан, Краснодарского края, Красноярского края, Амурской области, Республики Башкирия, Иркутской области, Республики Карелия, Карачаево-Черкесской Республики, Кировской области, Оренбургской области, Республики Мордовия, Московской области, Самарской области;

3.2. неразвитость рыночной инфраструктуры: отсутствие необходимых средств коммуникации (транспорта, связи), служб по оказанию информационных, консалтинговых, лизинговых услуг (транспортные

ограничения, ввиду слабой развитости транспортной системы в ряде регионов Российской Федерации, а также высокие тарифы на перевозку, низкая пропускная способность ряда дорог для большегрузного транспорта в определенные сезоны, что в свою очередь влияет на удорожание продукции) – отмечены 11 хозяйствующими субъектами, осуществляющими деятельность на территории 10 субъектов Российской Федерации – Сахалинской области, Чеченской Республики, Хабаровского края, Белгородской области, Орловской области, Краснодарского края, Амурской области, Республики Башкирия, Карачаево-Черкесской Республики, Оренбургской области.

4. Стратегические ограничения, в том числе:

4.1. наличие среди участников рынка вертикально-интегрированных структур и поведение участников рынка (наличие соглашений, ценовая политика и т.д.) – отмечены 40 хозяйствующими субъектами, осуществляющими деятельность на территории 30 субъектов Российской Федерации – Орловской области, Свердловской области, Алтайского края, Республики Дагестан, Республики Башкортостан, Кировской области, Сахалинской области, Ульяновской области, Смоленской области, Ставропольского края, Хабаровского края, Чувашской Республики, Рязанской области, Тюменской области, Мурманской области, города Санкт-Петербурга, Ульяновской области, Ростовской области, Республики Татарстан, Республики Хакасия, Вологодской области, Саратовской области, Пензенской области, Краснодарского края, Республики Карелия, Карачаево-Черкесской Республики, Республики Мордовия, Московской области, Новгородской области;

4.2. наличие долгосрочных договоров с потребителями товара – отмечены 27 хозяйствующими субъектами, осуществляющими деятельность на территории 17 субъектов Российской Федерации – Ульяновской области, Новосибирской области, Чеченской Республики, Томской области, Нижегородской области, Мурманской области, Орловской области, Ульяновской области, Ростовской области, Республики Татарстан, Вологодской области, Свердловской области, города Москвы, Краснодарского края, Красноярского края, Республики Башкирия, Республики Карелия.

5. Барьеры, оказывающие наиболее существенные ограничения для входа на рынок производства и оптовой реализации мяса домашней птицы:

5.1. тарифная политика в отношении международных перевозок и ограничения в виде законодательных актов, определяющих таможенную политику отмечены хозяйствующими субъектами, осуществляющими деятельность на территории Новгородской, Новосибирской, Оренбургской, Самарской, Ярославской, Липецкой, Московской областей, Республике Крым;

5.2. отсутствие синхронизации технических стандартов и стандартов качества со странами-импортерами – отмечены хозяйствующими субъектами, осуществляющими деятельность на территории Липецкой, Новгородской, Новосибирской, Ярославской областей;

Х. Оценка состояния конкуренции на товарном рынке

1. В проведении анализа рынка приняли участие 84 территориальных управления ФАС России.

Информация представлена по 85 субъекту Российской Федерации, на территории которых присутствуют зарегистрированные хозяйствующие субъекты, осуществляющие производство мяса кур охлажденного и замороженного (подмороженного).

В основу анализа положены данные, полученные от **240 хозяйствующих субъектов**, осуществляющих производство и оптовую реализацию мяса кур охлажденного и замороженного (подмороженного).

2. **Географические границы рынка** мяса кур охлажденного и замороженного (подмороженного) являются **региональными, выявлено 84 региональных рынка.**

Неразвитость межрегиональной торговли обусловлена, в частности неравномерностью размещения производства и рассредоточением спроса со стороны конечных потребителей мяса кур охлажденного и замороженного (подмороженного).

Следует отметить, что лидирующую позицию в производстве мяса птицы занимает Центральный Федеральный округ - 39%, вторым по занимаемой доле является Приволжский Федеральный округ - 18%, на третьем месте Южный Федеральный округ-10%.



3.Размещение производства по субъектам Российской Федерации неравномерно (на 65 рынках обращается товар, как произведенный региональными производителями, так и ввезённый; товарная масса на 19 рынках сформирована исключительно ввезенным товаром) и определяется следующими факторами.

4. Хозяйствующие субъекты с долей **более 35%** в 2012 году выявлены на 23 региональных рынках, в 2013 году на 17 региональных рынках, в 2014 году на 21 региональном рынке, с долей **более 50%** в 2012 году - на 49 региональных рынках, в 2013 году на 47 региональных рынках, в 2014 году на 44 региональных рынках.

Наиболее сильные позиции на региональных рынках мяса кур охлажденного и замороженного (подмороженного) занимают ЗАО «Приосколье», ООО «Лиско бройлер», ООО «Белгранкорм», ЗАО ТД «Белая птица», ООО ТД «Петелино».

При этом в ряде регионов на рынках мяса кур охлажденного и замороженного (подмороженного) более 50 % занимают региональные производители.

5. Большинство региональных рынков (74) относятся к рынкам с **неразвитой конкурентной средой.**

Высокий уровень концентрации характерен, в основном, для региональных рынков, на которых присутствуют региональные производители исследуемой продукции.

С одной стороны, это может быть обусловлено преимуществом хозяйствующих субъектов-производителей, действующих на рынке в конкретном регионе Российской Федерации перед хозяйствующими субъектами, осуществляющими ввоз товара на соответствующий региональный рынок, а также перед потенциальными участниками товарного рынка, что связано с наличием сложившихся хозяйственных связей между производителями и поставщиками готовой продукции, а также низкой преодолемостью экономических барьеров входа на товарный рынок (срок окупаемости капитальных затрат может составлять длительный период времени).

Умеренный уровень концентрации и **недостаточно развитая конкурентная среда** характерна для **10 региональных рынков.**

6. Основные факторы, препятствующие развитию конкуренции на региональных мяса кур охлажденного и замороженного (подмороженного):

- **наличие ряда входных барьеров**, препятствующих или затрудняющих и ограничивающих деятельность хозяйствующих субъектов на указанном товарном рынке, прежде всего, **экономических** (значительные первоначальные капитальные вложения при длительных сроках окупаемости этих вложений, отсутствие эффективной поддержки отрасли); **организационных** (степень насыщенности рынка, потребительские предпочтения, уровень платежеспособного спроса).

XI. ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Целью данного анализа рынка является выявление сущности, закономерностей, тенденций экономических и социальных процессов, хозяйственной деятельности в области производства и реализации мяса домашней птицы **за 2012-2014 год, то есть проведение ретроспективного анализа.** Который предполагает изучение сложившихся в прошлом тенденций, закономерностей, устойчивых связей и сложившихся взаимоотношениях, что позволяет спрогнозировать и дать оценку на будущую перспективу. Первоочередной задачей, в рамках реализации задач продовольственной безопасности является расширение рынка сбыта анализируемой продукции, а также, в рамках членства в ВТО, обеспечение качества продукции и выполнение международных ветеринарных требований.

Хотелось бы внести следующие предложения:

- Ускорить техническое перевооружение предприятий, расширить глубокую переработку продукции, создавать новые и модернизировать действующие мощносты по хранению, развивать логистику;
- Снижение концентрации монополистической деятельности вертикально-интегрированных предприятий в сфере производства, переработки и реализации продукции на региональных рынках за счет увеличения числа хозяйствующих субъектов, прежде всего малых форм хозяйствования;
- Снижение первоначальных издержек на организацию производства (для преодоления экономических барьеров), путем предоставления льготных кредитов, субсидий, налоговых льгот, создание наиболее благоприятных условий для заключения долгосрочных кредитов, повышение эффективности государственной поддержки;
- Расширить и совершенствовать племенную базу в статусе селекционно -генетических центров, а также репродукторов 1 и 2 порядка;
- Разработка национальной программы по борьбе с сальмонеллезом;
- Гармонизировать нормативную документацию на продукцию птицеперерабатывающей промышленности с международными требованиями в соответствии с правилами ВТО, в том числе и по системе контроля безопасности;
- Внедрить системы прослеживаемости происхождения продуктов птицеводства на основе мировых стандартов;
- Разработать программы подготовки и переподготовки кадров для всех направлений предприятий птицеводческой отрасли и проводить регулярную аттестацию кадров;
- Создать базу по производству сбалансированных кормов;
- Развивать систему информационного обеспечения отрасли;

- Организация рекламных мероприятий, пропагандирующих качество и полезные свойства отечественной птицеводческой продукции.