



Анализ на тенденциите на пазара на месо и месни продукти в България

Проучване на агенция БлуПойнт по поръчка на Банка ДСК и Експресбанк октомври 2019 г.





Част 1: Данни за пазара на месо и месни произведения в България

Данни за пазара на месо и месни произведения в България - Вторилен анализ на данни

Методология на изследването



Тип на изследването: Вторичен анализ на данни



Източници на информация: Обществено достъпна информация за пазара, публикувана в НСИ, специализирани икономически издания



Използвани източници: НСИ, Европейската комисия, Евростат, МЗХГ, UNCTAD, Капитал



Период на провеждане: Октомври 2019 година

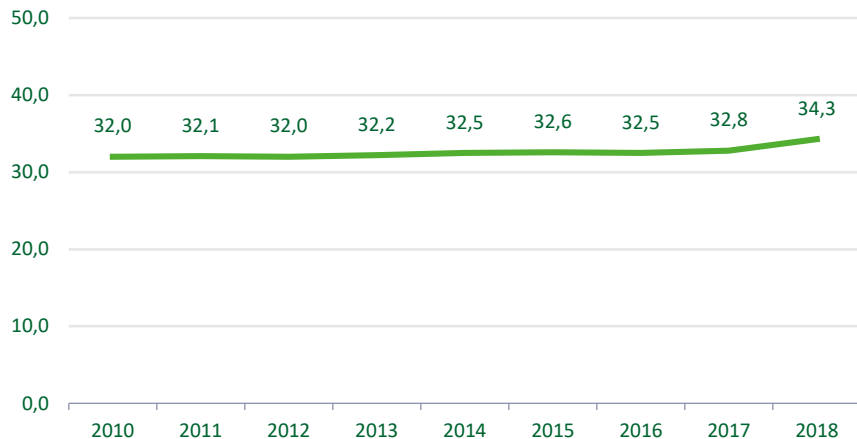
A large metal pot, likely a cauldron or stock pot, is filled with cooked meat. On the left side, several sausages are visible, some whole and some cut. The rest of the pot is filled with chunks of meat, possibly pork or beef, which appear to be braised or stewed. A green rectangular overlay with white text is positioned in the center of the image.

Данни за консумираното количество месо и
месни продукти

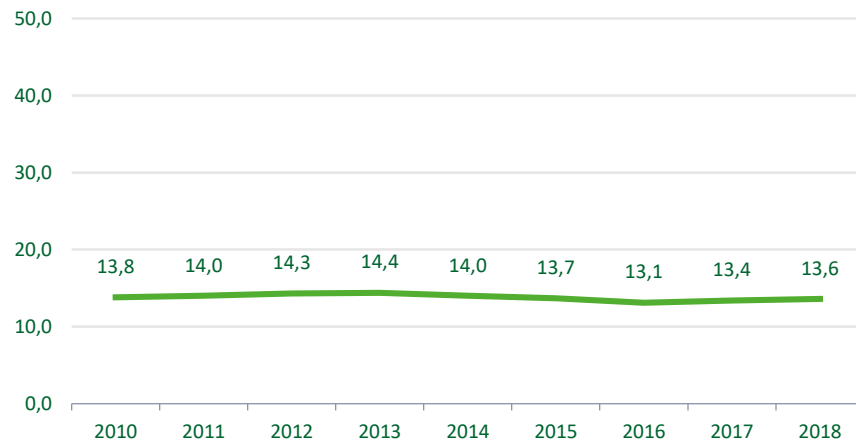
Консумирани количества /средно на лице от домакинството/

Средно употребено количество месо от едно лице в домакинство нараства през 2018 година с 1,5 кг в сравнение с 2017 година.

Средно употребено количество **месо, независимо от типа** (в кг.)



Средно употребено количество **месни произведения, независимо от типа** (в кг.)

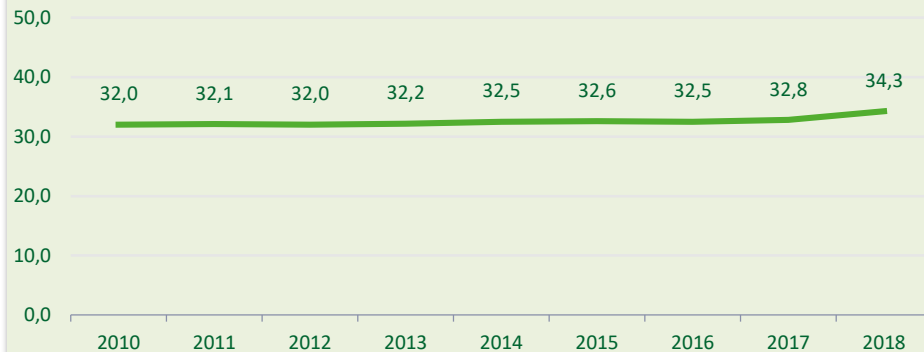


Консумация на месо

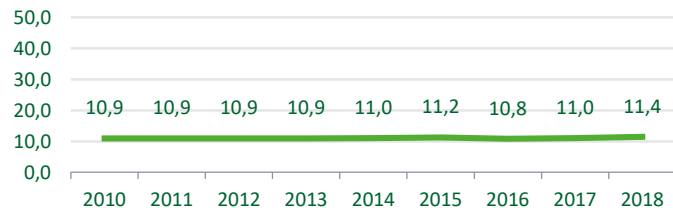
/средно на лице от домакинството/

Нарастващата консумация на месо се дължи на повишаване на употребата на свинско месо.

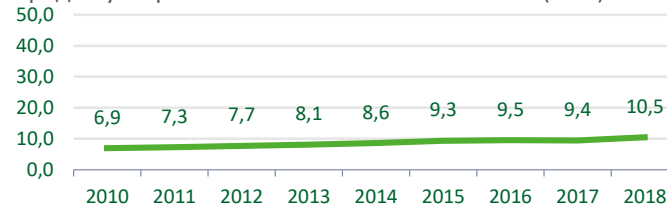
Средно употребено количество **месо, независимо от типа** (в кг.)



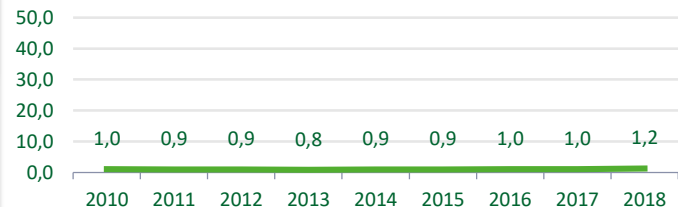
Средно употребено количество **от домашни птици** (в кг.)



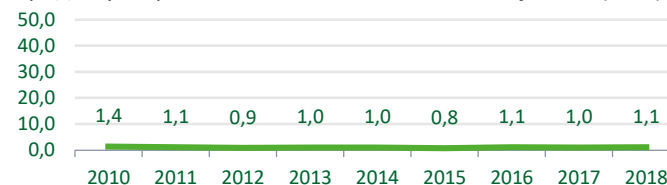
Средно употребено количество **свинско месо** (в кг.)



Средно употребено количество **от едър рогат добитък** (в кг.)

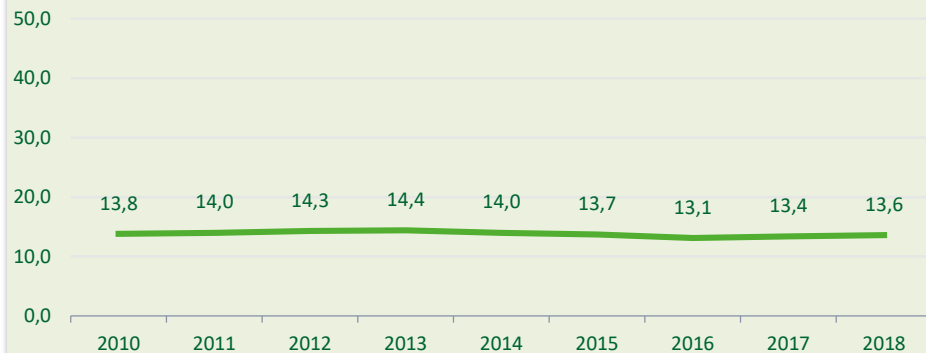


Средно употребено количество **агнешко и ярешко** (в кг.)

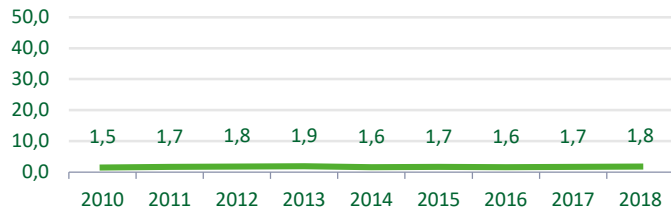


Консумация на месни произведения /средно на лице от домакинството/

Средно употребено количество **месни произведения** (в кг.)

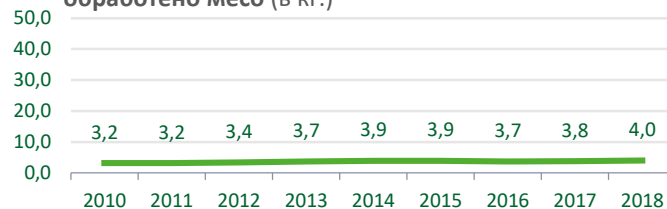


Средно употребено количество **месни продукти** (в кг.)

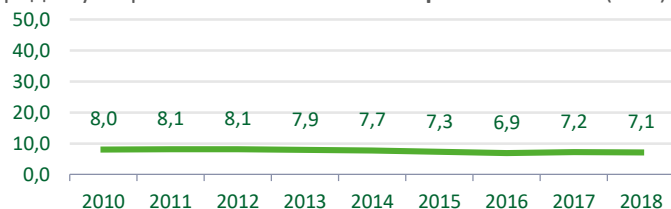


При консумацията на месни произведения най-голям имат малотрайните колбаси в потребителската кошница.

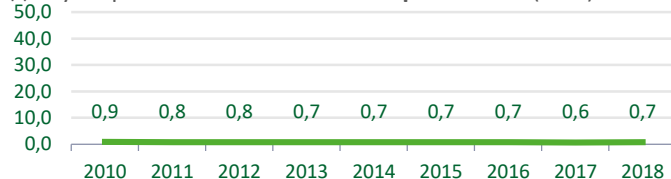
Средно употребено количество **трайни колбаси и обработено месо** (в кг.)



Средно употребено количество **малотрайни колбаси** (в кг.)



Средно употребено количество **консерви с месо** (в кг.)





Данни за цените на различните типове месо и месни продукти



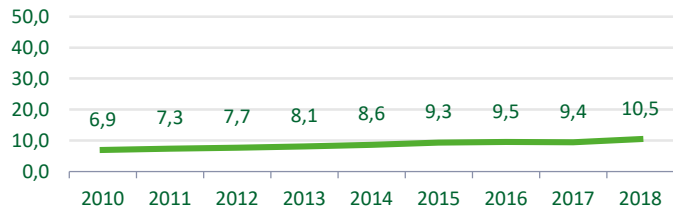
Съпоставка между консумирано количество и цена

Средната цена на свинско и птиче месо се запазва през 2018 година на нива близки до предходната 2017 година.

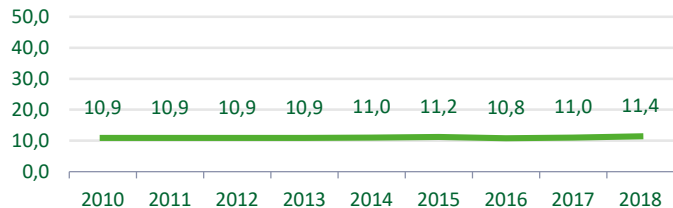
Средно употребено количество: (в кг.)



Свинско месо



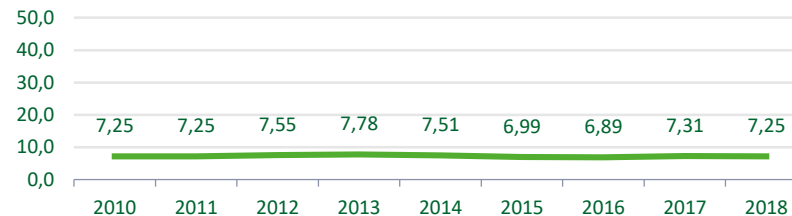
Домашни птици



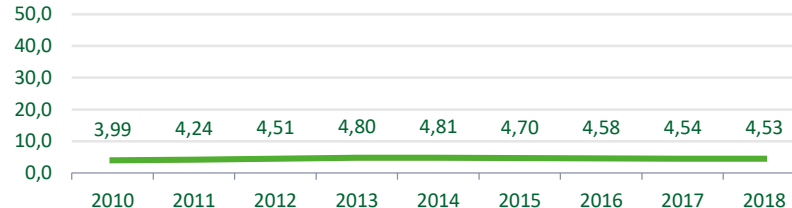
Средна цена: (в лв.)



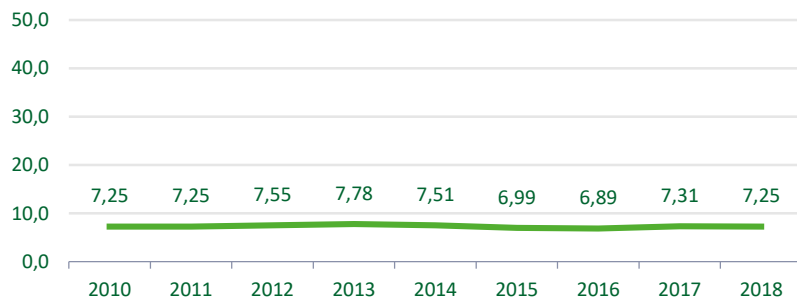
Свинско месо



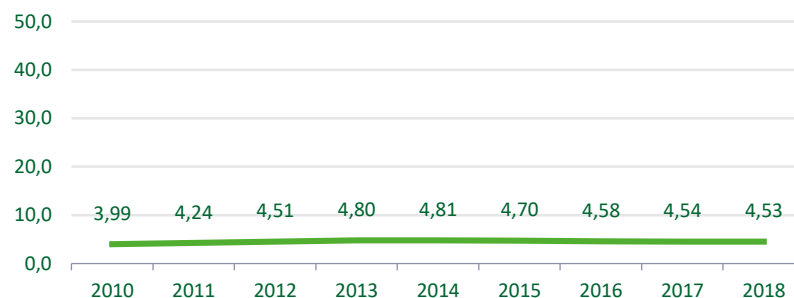
Птиче месо



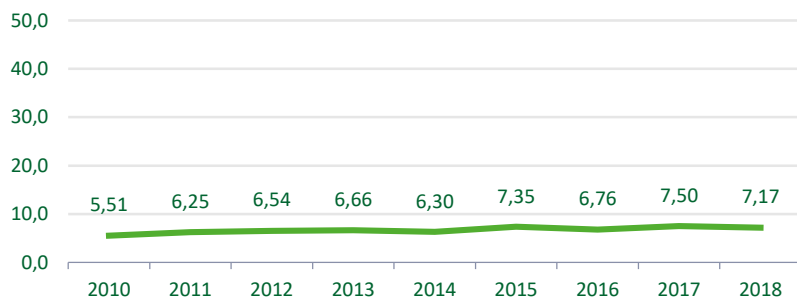
Средна цена на **свинско месо** (в лв.)



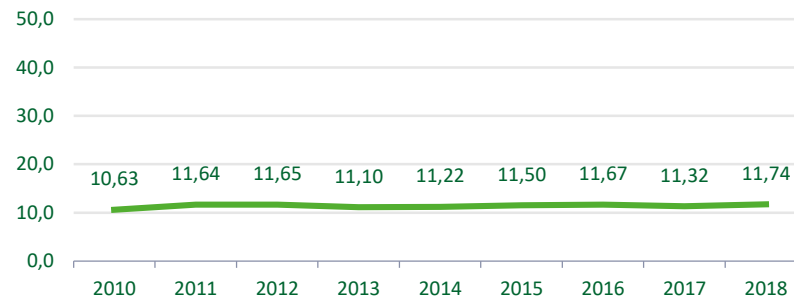
Средна цена на **птиче месо** (в лв.)



Средна цена на **овче, шилешко, козе месо** (в лв.)

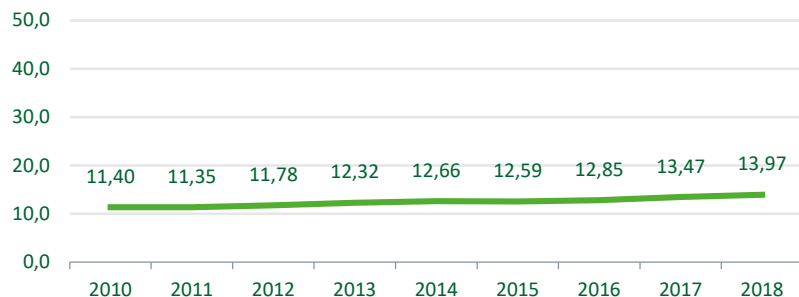


Средна цена на **агнешко и ярешко месо** (в лв.)

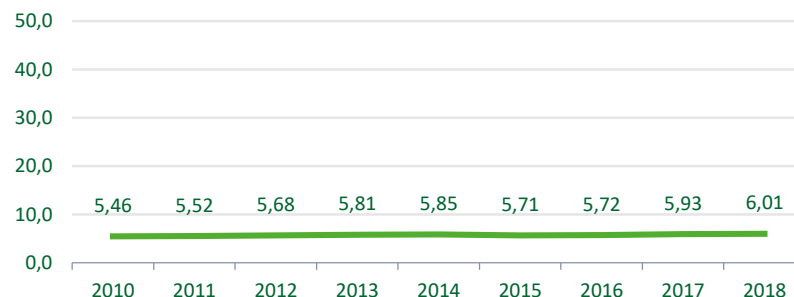


Средна цена при месните произведения

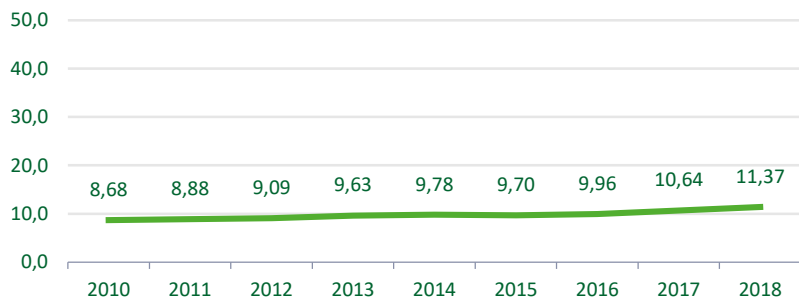
Средна цена на **трайни колбаси** (в лв.)



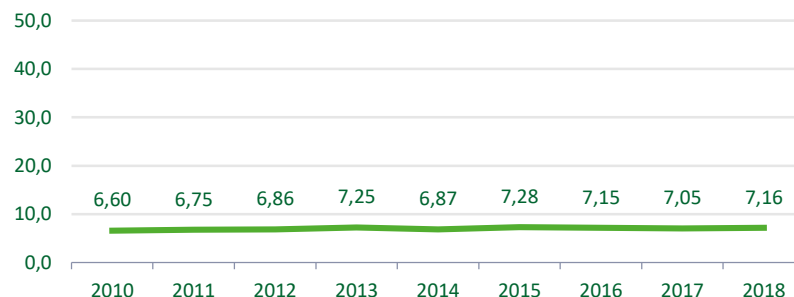
Средна цена на **малотрайни колбаси** (в лв.)



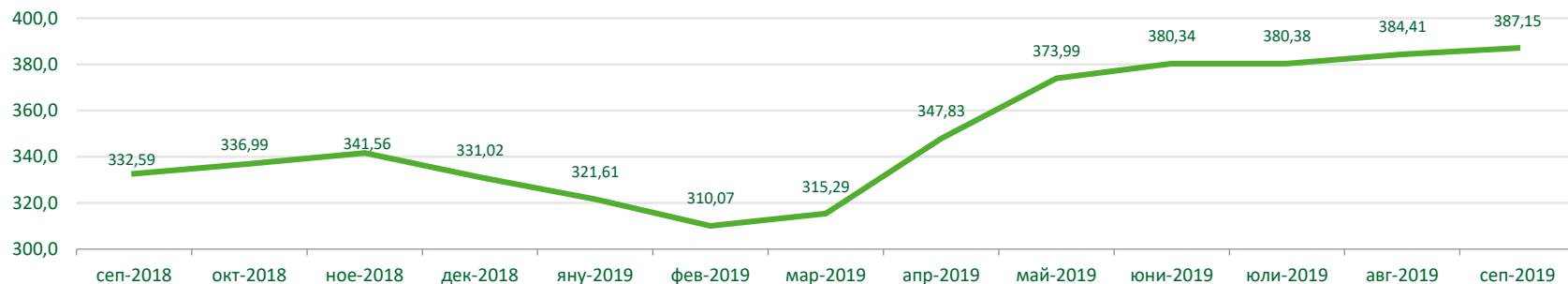
Средна цена на **обработено месо** (в лв.)



Средна цена на **месни консерви** (в лв.)



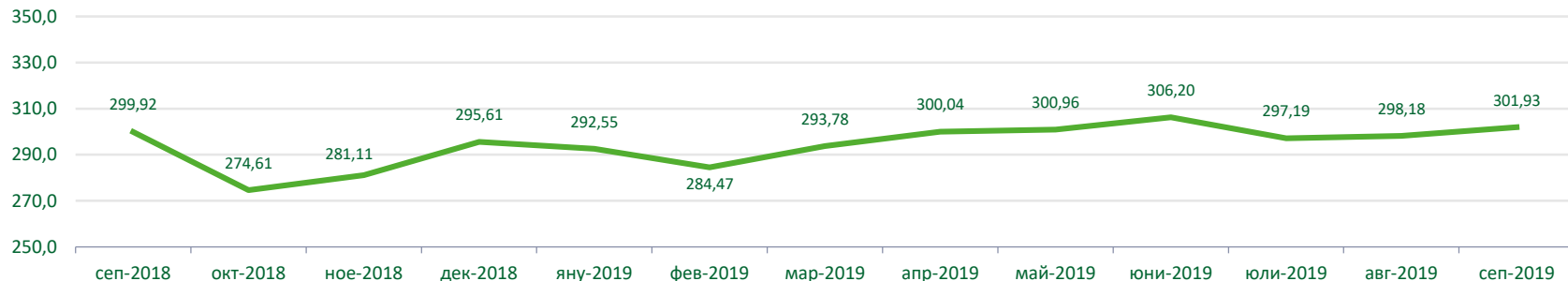
Средна цена за 100 кг. трупно свинско месо за период от 1 година (в лв.)



Средна цена
за периода
349,48 лв.

Изменение:
+16,4%

Средна цена за 100 кг. за месо от бройлери за период от 1 година (в лв.)

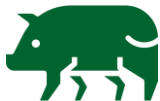


Средна цена
за периода
294,35 лв.

Изменение:
+0,7%

Пазарни тенденции по отношение на цените на месото

През 2018 година, ценовите равнища на свинското и птичето месо се понижиха под нивото от 2017 година. Тенденцията през последните 3 години показва задържане на цените под равнището от 2013-2014 година.



Основният фактор, който определя динамиката на цените през 2019 година, е недостигът на свинско месо в Китай, където в резултат на АЧС са избити над 1 млн. прасета. Още през месец април индексът на цените на месото се покачи с 3% над нивата от месец март. Този ръст е функция на повишените цени на свинското и говеждото месо.



Експерти в бранша очакват цената на пилешкото месо да се повиши, от една страна, заради покачващата се цена на свинското месо на международните пазари и зависимостта на страната от външни доставки, а от друга, заради преориентирането на потребителите от свинско месо към пилешко.

Хармонизирания индекс за проследяване на цените



Измерването на инфлацията в страните, част от еврозоната, става посредством Хармонизиран индекс за проследяване на цените (HICP).

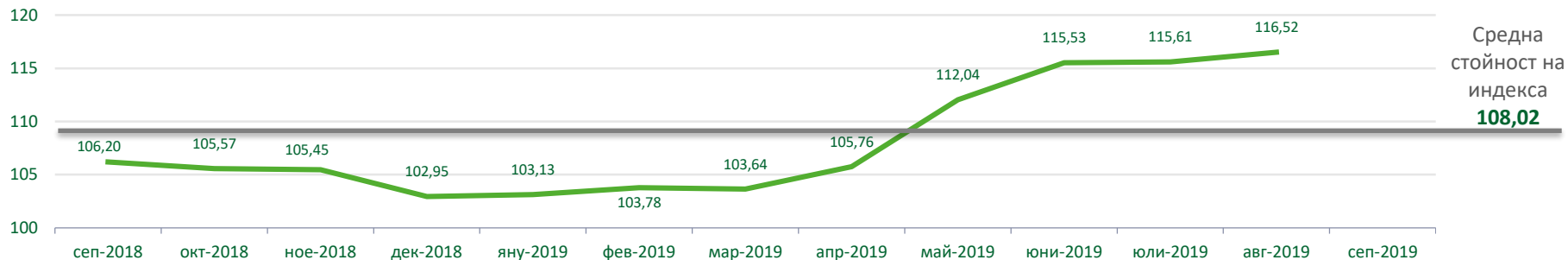
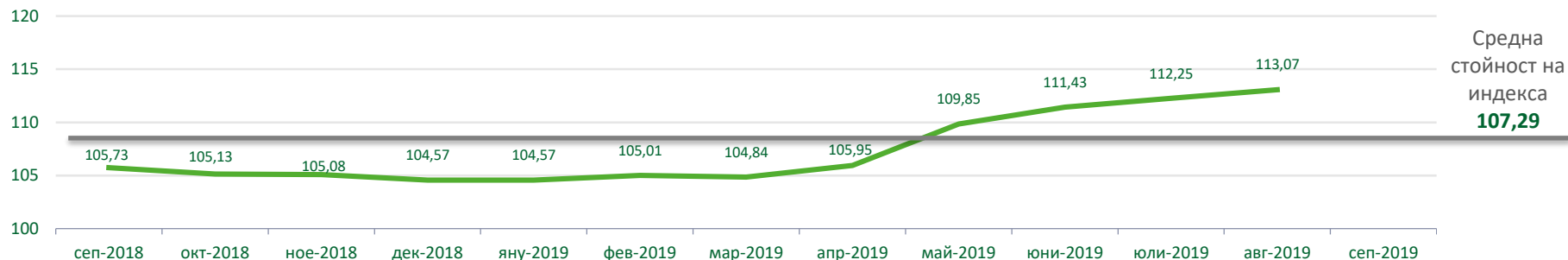
Той измерва промяната във времето на потребителските стоки и услуги придобити, използвани или платени от домакинствата в еврозоната.

Терминът „хармонизиран“, обозначава, че всички страни в Европейския съюз използват една и съща методология за следене на цените. По този начин се гарантира съпоставимостта на получените данни от отделните страни.

Хармонизираният индекс за проследяване на цените (HICP) се ръководи от Евростат и националните статистически институти в съответствие с наложената методология.

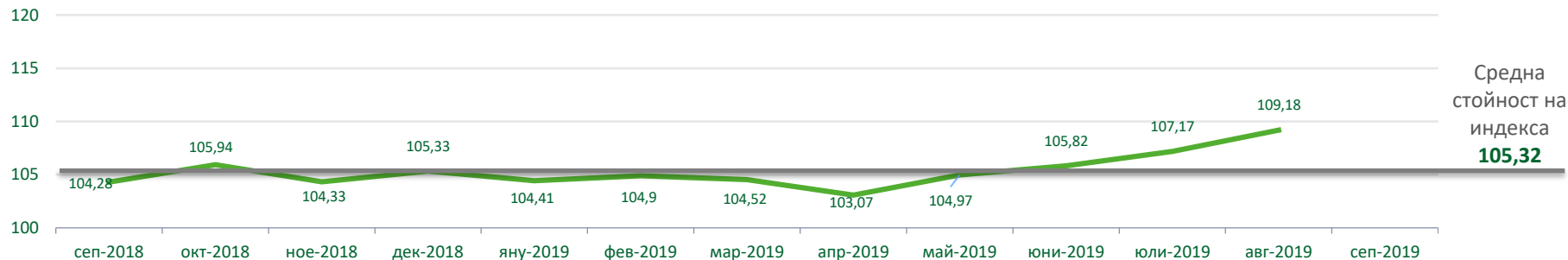
Съпоставка на цените на основните видове меса (НІСР)

Движение на цената на **месото** през последна 1 година според НІСР

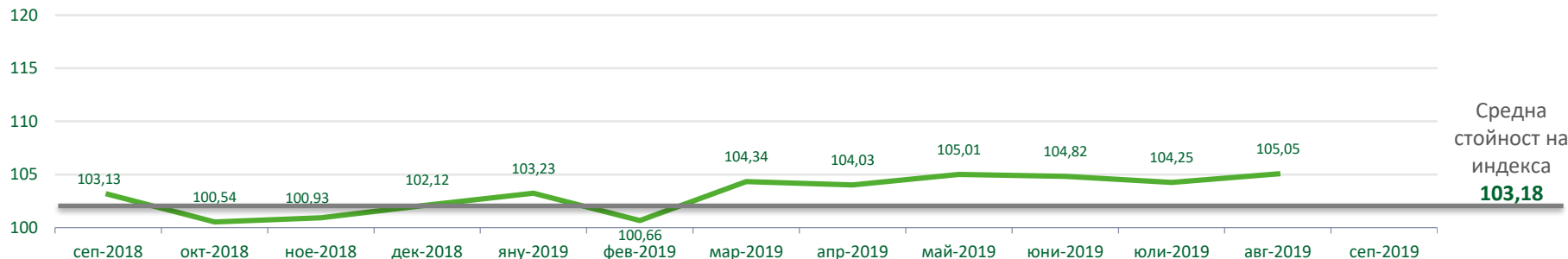


Съпоставка на цените на основните видове месо (HICP)

Движение на цената на **телешко и шилешко месо** през последна 1 година според HICP



Движение на цената на **агнешкото и козе месо** през последна 1 година според HICP



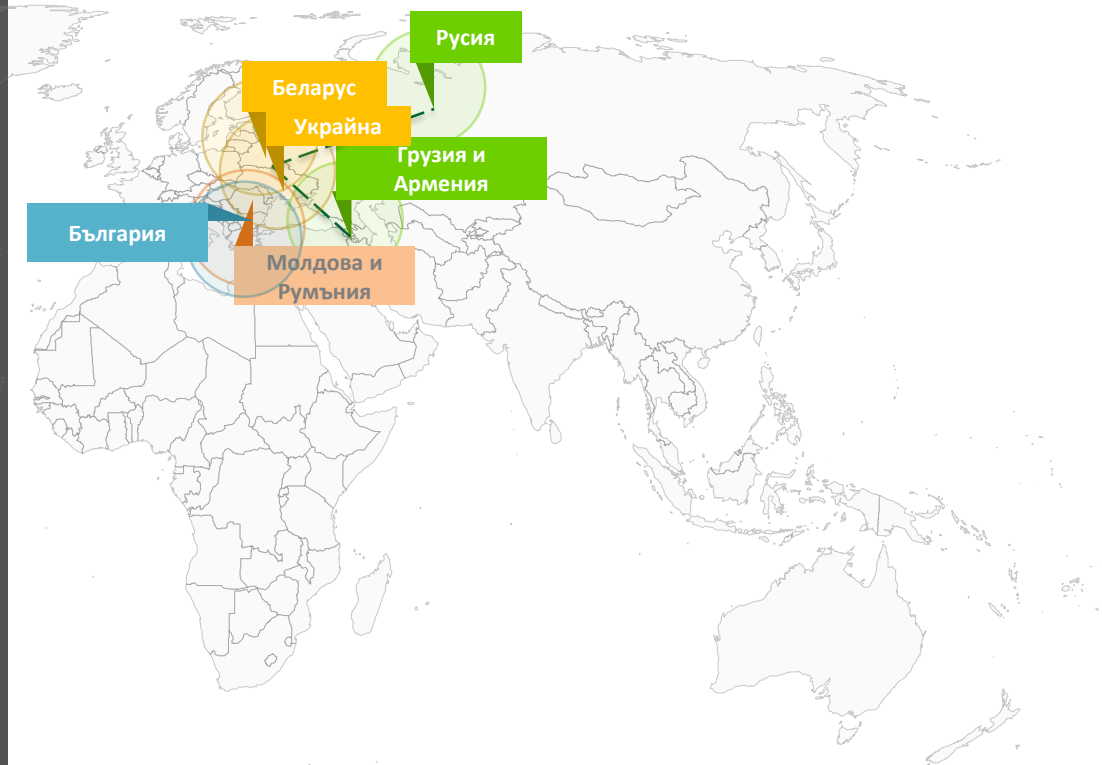


Данни за производството на месо в България



Пътят на АЧС

- 2007 год. страни с първоначални огнища на АЧС
- 2013 год. страни с последващи огнища на АЧС
- 2016-2017 год. страни с нови огнища на АЧС
- 2019 год. България с първи огнища на АЧС





65

Големи индустриални свинекомплекса



600 000

прасета се отглеждат в
големи свинекомплекса



1 400 000

са отглежданите годишно прасета
по оценка на АМБ



Над 130 000

са принудително умъртвените
животни в следствие от АЧС



70%

от прасета се отглеждат в
Северна Централна и Североизточна България

20%

от прасетата се отглеждат в
Югоизточна България

Топ 30 животновъди

/1-2/

№	Фирма	Приходи (хил.лв.)			Изменение (%)	Печалба/ Загуба (хил. лв.)		Персонал	
		2016	2017	2018		2017	2018	2017	2018
1	МИЛЕНИУМ 2000	65300	75136	72541	-3,45	18775	6332	349	372
2	СВИНЕКОМПЛЕКС БРЕСТАК	70451	65762	67535	2,7	2344	1836	97	99
3	КАМЧИЯ	57903	60241	65608	8,91	1727	3468	301	290
4	АЯКС 1	27488	28558	53247	86,45	5568	15008	191	238
5	ТЕТРАХИБ	51316	56103	49297	-12,13	7419	1321	48	52
6	АГРО - СВЕТОЗАР ДИЧЕВСКИ	58043	55999	46405	-17,13	4859	3382	115	111
7	АГРОТАЙМ	30908	38077	44604	17,14	2596	1841	307	315
8	БИСЕР ОЛИВА – 98	31085	38277	43867	14,6	8767	4129	182	206
9	МАНЕКС СЪН	36117	39186	42866	9,39	7063	4970	84	92
10	ХИБРИДЕН ЦЕНТЪР ПО СВИНЕВЪДСТВО	32900	36339	37866	4,2	3452	1773	91	92
11	НЕДКО НЕДКОВ – ОВЧАРОВО	21423	32873	36138	9,93	2479	5953	194	226
12	ЖЮЛИВ	30899	38447	32857	-14,54	2695	3179	124	127
13	СВИНЕКОМПЛЕКС БРЪШЛЕН	32242	35552	32775	-7,81	10043	6883	74	78
14	СВИНЕКОМПЛЕКС ЗИМЕН	27658	30870	28929	-6,29	4152	2279	29	28
15	СВИНЕКОМПЛЕКС ГОЛЯМО ВРАНОВО-ИНВЕСТ	28678	28395	27480	-3,22	3142	450	165	174

Топ 30 животновъди

/2-2/

№	Фирма	Приходи (хил.лв.)			Изменение (%)	Печалба/ Загуба (хил. лв.)		Персонал	
		2016	2017	2018		2017	2018	2017	2018
16	ЕЛИТ – 95	21705	21969	26569	20,94	4050	4469	145	154
17	ЯЙЦА И ПТИЦИ – ЗОРА	23196	26046	23853	-8,42	3787	2613	183	199
18	АВИС	18261	20001	21982	9,9	1940	4116	64	66
19	ЕЛИТ – 2095	10253	13499	18975	40,57	3239	3914	68	108
20	БИЛЯНА	15601	15889	18450	16,12	1885	1236	48	59
21	ХАЙПРО БЪЛГАРИЯ	15077	19444	17766	-8,63	251	-823	51	60
22	ПРО АГРО 2000	14672	12394	16586	33,82	-517	475	118	136
23	ФЕРМА ЛОВИКО	226	7496	16203	116,16	5	677	4	7
24	ЕКО ФАРМ – 2005	10798	15482	15380	-0,66	1208	1500	50	54
25	АНДИП 92 – АНДРЕЙ ПАВЛОВ - АНДРЕАНА ПАВЛОВА	13598	15042	15042	-	3123	2860	114	122
26	АНГЕЛОВ - ИВАН АНГЕЛОВ	11387	11686	14188	21,41	2705	4085	53	52
27	ГРИМИ - ХЮСЕИН ХЮСЕИН	8129	10626	13549	27,51	2032	1581	36	36
28	АСОТЕКС - ХАМЗА ЧАКЪР	12440	14147	12635	-10,69	2771	1705	70	69
29	ЛОРА-2004	8199	10542	12556	19,1	4126	1177	46	52
30	ФЮНЕКС	79	537	12200	2171,88	-26	9778	1	1



Данни за кланиците в България





71

от кланиците работят и
със свинско



24

са специализирани
изцяло в този отрасъл



1 222 000

са закланите прасета в кланици
през 2018 година



90 438

тона е обработеното от
кланиците месо



+11%

е ръстът на преработеното месо в
кланиците през 2018



257 000

тона е годишното
потребление на
червено месо



221 000

тона от тях е свинско
месо



72%

е делът на свинското месо от
добива на червени меса в
България



+24,8%

се е увеличила цената за 100 кг.
кланично месо през месец септември в
сравнение с месец февруари 2019
година

Дейност на кланиците за червено месо

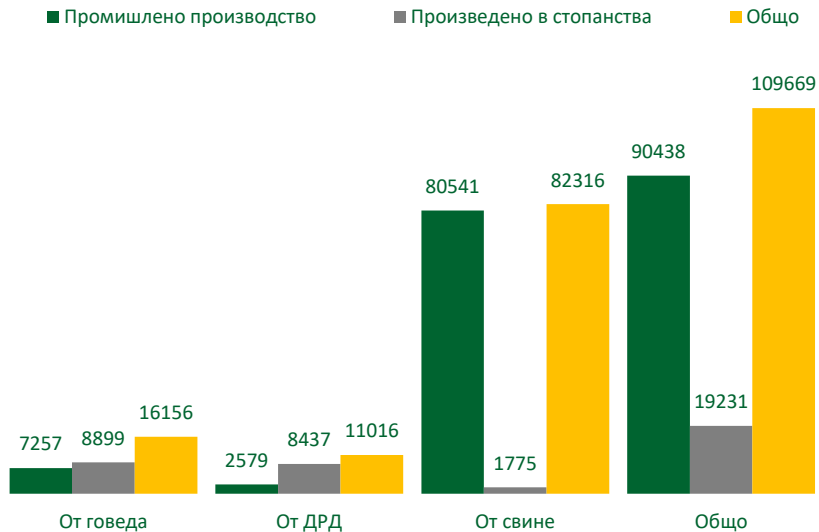
Видове и категории животни	Кланици	Заклани животни		Отношение кланично/ живо тегло	Живо тегло		Кланично тегло		Изменение 2018 / 2017	
	(брой)	Общо (хил. броя)	в т.ч. на ишлеме (хил. бр.)		Общо (тонове)	Средно (кг)	Общо (тонове)	Средно (кг)	Заклани животни %	Кланично тегло (общо) %
Телета под или на 8 месеца	23	1,0	0,3	0,50	237,1	224.4	118.0	111.7	0.0%	34.2%
Млади говеда над 8 и под 12 м.	30	2.9	1,2	0.48	996.3	338.4	473.5	160.8	-27.5%	-28.7%
Юници	16	2.1	0.5	0.44	895.1	430.3	397.7	191.2	-16.0%	-16.0
Крави	33	20.4	2.5	0.46	10 036.2	492.7	4 608.6	226.3	7.4%	6.4%
Бикове и волове	28	7.9	2.2	0.48	3 463.1	438.6	1 659.2	210.2	-10.2	-13.6%
Общо говеда	43	34.3	6.7	0.46	15 627.8	455.0	7 257.0	211.3	-2.8%	-2.9%
Угоени свине	71	1 166.8	253.1	0.64	121 887.0	104.5	78 231.8	67.0	10.8%	12.2%
в т.ч. обработени чрез парене	8	124.1	93.1	0.72	13 629.1	109.8	9 783.7	78.8	-10.2%	-6.8%
Други свине (прасенца до 50 кг.,	30	22.4	0.7	0,63	3 685.8	164.5	2 309.3	103.1	56.6%	45.4%
Общо свине	71	1 189.2	253.8	0.64	125 572.7	105.6	80 541.1	67.7	11.4%	12.9%
Общо овце	50	340.9	270.0	0.45	5 652.7	16.6	2 563.5	7.5	-4.8%	-1.0%
Общо кози	16	1.4	0.2	0.45	35.3	25.0	15.8	11.2	-22.2%	-22.9%
Биволи и еднокопитни	8	0.3	0.0	///	125.4	456.0	60.2	219.0	0.0%	-3.4%
ОБЩО	79	1566.1	530.7	///	147 014.0	///	90 437.6	///	7.0%	11.0%

Промислено производство по райони

Райони	Кланици	Общо месо - кланично тегло	в т.ч. месо от свине	Изменение на "общо месо" - 2018/2017
	(брой)	(тонове)	(тонове)	
Северозападен (Видин, Враца, Монтана, Ловеч, Плевен)	13	13 711.7	13 106.8	26.4%
Северен централен (Велико Търново, Габрово, Разград, Русе, Силистра)	14	20 824.0	17 647.0	16.0%
Североизточен (Варна, Добрич, Търговище, Шумен)	15	15 175.5	14 623.6	-0.4%
Югоизточен (Бургас, Сливен, Ямбол, Стара Загора)	13	10 160.0	9 721.1	-2.3%
Югозападен (София-столица, София, Благоевград, Кюстендил, Перник)	10	4 486.6	4 018.8	10.7%
Южен централен (Кърджали, Пазарджик, Пловдив, Смолян, Хасково)	14	26 079.8	21 423.8	13.5%
Общо за страната	79	90 437.6	80 541.1	11.0%

Основна част от произведеното червено месо в страната е от свине.

Производство на червено месо през 2018 година
(тонове кланично месо)



Производство на червено месо в страната по видове
(тонове кланично тегло)



Най-голям дял внесеното месо в страната е от свине – 90,8%.
Вътрешното потребление на свинско месо е около 86 на сто от
общото потребление на месо в страната .



Вид месо	Произведено месо в страната	Внос*	Износ*	Вътрешно потребление
	(тонове)	(тонове)	(тонове)	(тонове)
От говеда	16 155.8	10 936.6	2 950.4	24 142.0
От свине	82 316.5	146 263.3	7 502.0	221 077.8
От овце и кози	11 016.0	1 769.8	1 705.0	11 080.8
От други животни	180.2	2 075.9	1 859.1	397.0
Общо	109 668.5	161 045.6	14 016.5	256 697.6

* Предварителни данни за 2018 година за външната търговия на месо, карантия и преработени месни продукти по тарифните кодове на Митническата тарифа.



391 млн. долара е
стойността на внесеното
месо в България

ОТ КОИТО:



Испания
109 млн. долара



Полша
66 млн. долара



Германия
44 млн. долара



Нидерландия
22 млн. долара



Франция
15 млн. долара

Основна част от вноса се генерира от 5 страни.
Испания държи 28% от внесеното в нашата страна
месо.

65,5%

от стойността на внесеното месо в
България се генерира от 5 страни



Данни за месопреработвателите





198

Активни компании в сектора



745,6 млн.лв.

е оборотът на сектора за 2017 год.



533,8 млн.лв.

е оборотът на топ 25 от компаниите



Разпределение на пазара по продуктови категории



Категория Колбаси

540,5 млн.лв.

72,5% от пазара



Категория Сушени, солени и пушени меса

115,6 млн.лв.

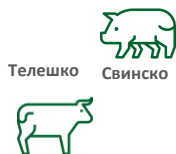
15,5% от пазара



Категория Консервирани меса

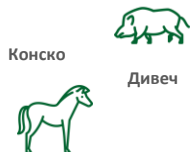
89,3 млн.лв.

12,0% от пазара



98%

Основна суровина за приготвяне на колбаси



През последните години се наблюдава разнообразяване на категорията чрез използване на други суровини и предлагане на по-нишови продукти.



Дял на различните опаковки

В обем

В стойност

До 200 грама

19,8%



22,7%

От 200 до 499 грама

26,1%



25,3%

Над 500 грама

26,1%



25,3%

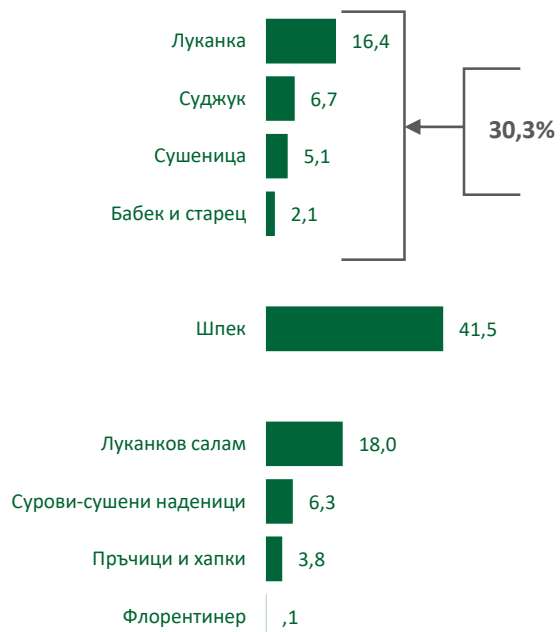
Приходи на основните компании в сектора

(в хил.лв) Производител	2017			2016			Изменение 2017/2016, %	
	Продажби	Местен пазар	Износ	Продажби	Местен пазар	Износ	На продажбите	На износа
Белла България	119 842	115 998	3 844	60 418	58 454	1 964	98.35	95.72
Кен	53 889	53 889	-	47 774	47 774	-	12.80	-
Месокомбинат Ловеч	51 302	50 019	1 283	49 936	48 937	999	2.74	28.43
Деликатес-2	30 865	30 753	112	30 961	30 826	135	-0.31	-17.04
Карол Фернандес Мийт	30 632	29 418	1 214	27 198	26 775	423	12.63	187.00
Еко мес	24 067	22 985	1 082	18 966	17 986	980	26.90	10.41
Макро кор	20 665	20 665	-	19 944	19 944	-	3.62	-
Тандем-В	20 514	20 510	4	17 801	17 801	-	15.24	-
Елит мес минев-родопа-В.Т.	19 196	19 196	-	18 285	18 285	-	4.98	-
Димитър Мажаров - 2	15 943	15 694	249	12 915	12 915	-	23.45	-
Лалов и вачев	13 705	13 705	-	11 173	11 173	-	22.66	-
Градус-1	13 155	13 091	64	9 657	9 625	32	36.22	-

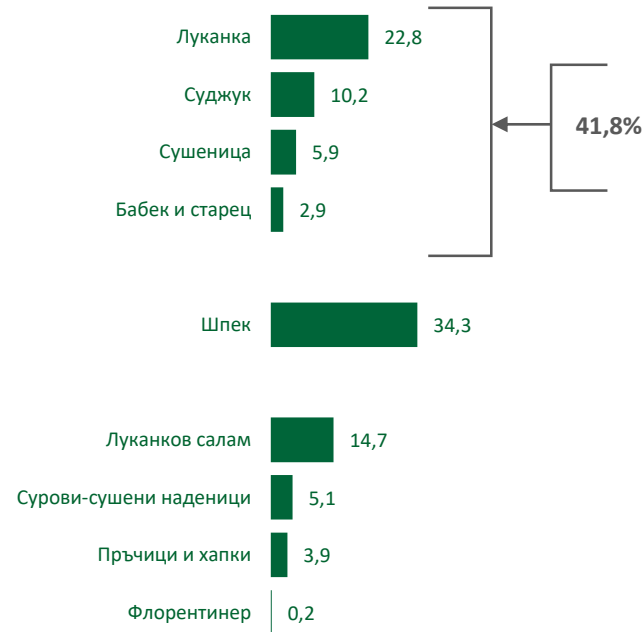
Приходи на основните компании в сектора

(в хил.лв) Производител	2017			2016			Изменение 2017/2016, %	
	Продажби	Местен пазар	Износ	Продажби	Местен пазар	Износ	На продажбите	На износа
Компас	13 021	12 090	931	13 368	12 789	579	-2.60	60.79
Пепи комерс	12 347	12 347	-	10 477	10 477	-	17.85	-
Колбасо	11 489	11 460	29	12 056	12 023	33	-4.70	-12.12
Примо трейд	10 184	9 166	1 018	8 894	7 813	1 081	14.50	-5.83
Малевентум марон	10 036	10 036	-	7 761	7 761	-	29.31	-
Прима фуудс	9 635	43	9 592	9 947	115	9 832	-3.14	-2.44
Стефанов-иван стефанов-04	9 286	9 137	149	6 772	6 741	31	37.12	380.65
Бозмов	8 331	8 331	-	6 634	6 634	-	25.58	-
Мес - ко	7 762	7 762	-	7 802	7 802	-	-0.51	-
Лотос	7 686	7 686	-	9 735	9 735	-	-21.05	-
Плевен мес	7 487	7 136	351	7 466	7 298	168	0.28	108.93
Месокомбинат - Карлово	6 911	6 911	-	6 302	6 302	-	9.67	-
Горнооряховска скара	5 845	5 845	-	5 635	5 635	-	3.73	-
Общо за ТОП 25	533 795	513 873	19 922	437 877	421 620	16 257	21.91	22.54

Обем на пазара по типове трайни колбаси (в %)



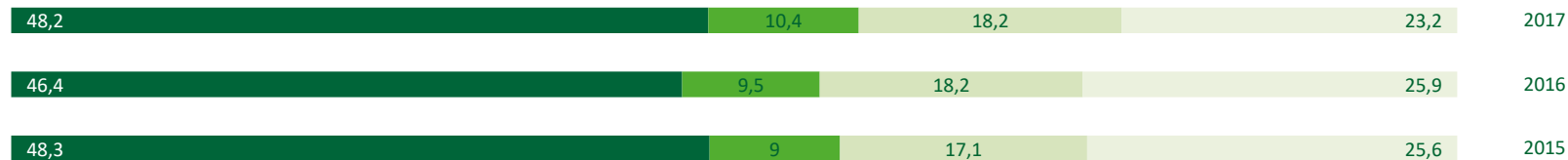
Стойност на пазара по типове трайни колбаси (в %)



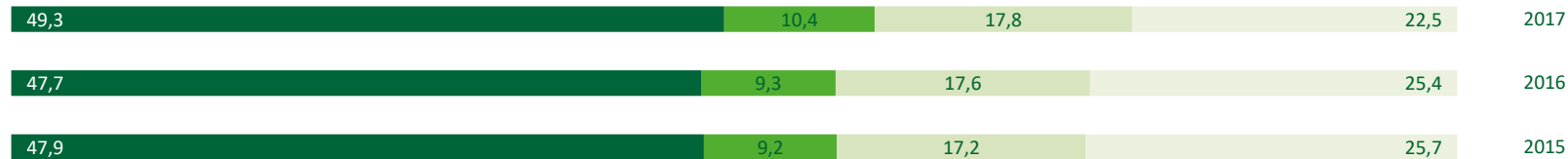
Дял на категорията Колбаси в отделните **търговски канали**: (в %)

■ Традиционна търговия (0-40 кв.м.) ■ Средни хранителни магазини (41 - 100 кв.м) ■ Големи хранителни магазини (101 - 300 кв.м) ■ Хипер-/супермаркети (над 301 кв.м)

В обем:



В стойност:





Тенденция 1: Потребителите търсят „добрия вкус“

Част от потребителите на пазара търсят висококачествени продукти и са готови да заплатят по-висока цена. Ориентират се към:

- продукти съставени от животни отглеждани в България;
- гарантиран произход.

Друга част от търсенето в категорията е насочено към премиум продуктите, предлагащи продукти изцяло по стари или традиционни рецепти.



Тенденция 2: Потребителите търсят „стария вкус“



Тенденция 3: Потребителите търсят „чистия вкус“

Повишаване на интереса на потребителите се наблюдава и към продуктите, предлагащи :

- ✓ Намалено съдържание на сол;
- ✓ Без консерванти – „Е“-та;
- ✓ Без алергени;
- ✓ Без глутен;
- ✓ По – високо съдържание на протеин и омега мастни киселини.



Част 2: Потребителски навици и нагласи при покупката на месо и месни продукти

Количествено онлайн изследване





Тип на изследването: Количествено изследване



Метод за събиране на данни: Онлайн анкета



Обем на извадката: 400 ефективни анкети



Целева група: Жени и мъже на възраст между 25-60 години



Обхват: Градско население



Период на провеждане: 14-18 октомври 2019 година



Българските потребители консумират основно два типа месо – свинско и пилешко. Телешкото допълва основните предпочитани меса, които попадат в потребителската кошница.

Когато говорим за покупката на основните типове колбаси, то най-предпочитаните от потребителите са сурово-сушените, варено-пушени и трайни колбаси в лицето на луканки, суджуци, сушеници, шпекови салами и шунка.

Изследването сред потребителите потвърждава една от пазарните тенденции, а именно намаляването на потреблението на малотрайни колбаси (кренвириши, ТХК и наденица).

Всеки четвърти потребител на свинско и/или пилешко месо посочва, че е намалил консумацията си. Това намаляване не означава категоричното им отхвърляне, а по-скоро е сигнал за превключване между различните типове меса.

Индикатор за това е, че близо половината от потребителите, които са намалили консумацията на свинско месо посочват, че са увеличили консумацията на друг тип месо. Този факт напълно отговаря на пазарните очаквания за отлив при свинското месо и пренасочването на потребителите към други типове меса.

Не е изненада, че в най-голяма степен потребителите избират обекти на големите търговски вериги, когато осъществяват покупка на свинско месо.



Всеки втори потребител посочва специализираните магазини за месо като предпочитани, а всеки пети пазарува именно от там най-често. Причините за това са в посока на високите стандарти за качество, свежестта на месото и ясения произход.

Фирмените магазини и специализираните месарски обекти търпят най-голямо развитие през последните 2-3 години. Именно при тях наблюдаваме най-значителен дял на нарастване. Обратната тенденция е характерна за кварталните магазини. Този формат се възприема най-негативно сред изследваните лица.

Категорично охладените меса, предлагани на витрините в магазините, са най-предпочитани от потребителите. Най-малък дял от лицата предпочитат да закупуват замразено месо.

Повече от половината от лицата нямат изграден навик за следене на произхода на месото. Въпреки този факт, единодушно е мнението, че българското месо е по-добро от вносното.

Категорично очакванията на потребителите са за нарастване на цената на свинското месо в рамките на следващата половин година.

Когато говорим за приемливата цена на килограм свински бут, то 46% от изследваните лица възприемат като такава цена до и под 7 лева. Една от причините за по-ниското ценово възприятие може би се корени в периодичните промоции, които се провеждат в модерната търговия.



При хипотетично увеличение на цената на свинското месо с 1-2 лева за килограм, близо 1/3 от потребителите ще превключат към друга категория меса (пилешко, телешко и др.). От своя страна, около 60% от лицата ще продължат да консумират свинско месо както досега, като 19% от тях ще потърсят по-добри ценови оферти.

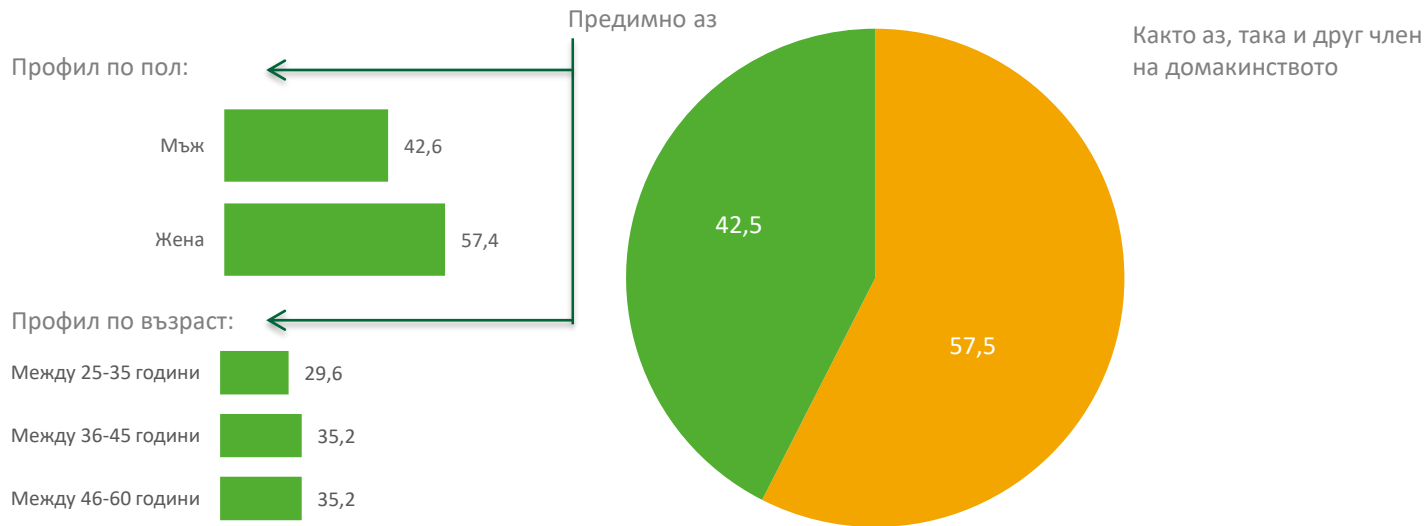
Потребителските очаквания са цената на свинското месо да се увеличи в следствие на африканската чума по-свинете (АЧС). По отношение на АЧС, изследваните лица са на мнение, че държавата е трябвало да подкрепи повече месопроизводителите и да се вземат по-адекватни мерки за предварителното ограничаване на болестта. Според анкетираните лица, тя е навредила сериозно върху имиджа на месопроизводителите. Определено според крайните потребители проблемът с АЧС е бил преекспониран в медийното пространство.

Значителна част са на мнение, че АЧС е навредила само на дребните стопанства по селата (65%).

Потребителски навици и нагласи при покупката на месо и месни продукти

Честота на покупка на месо и месни продукти

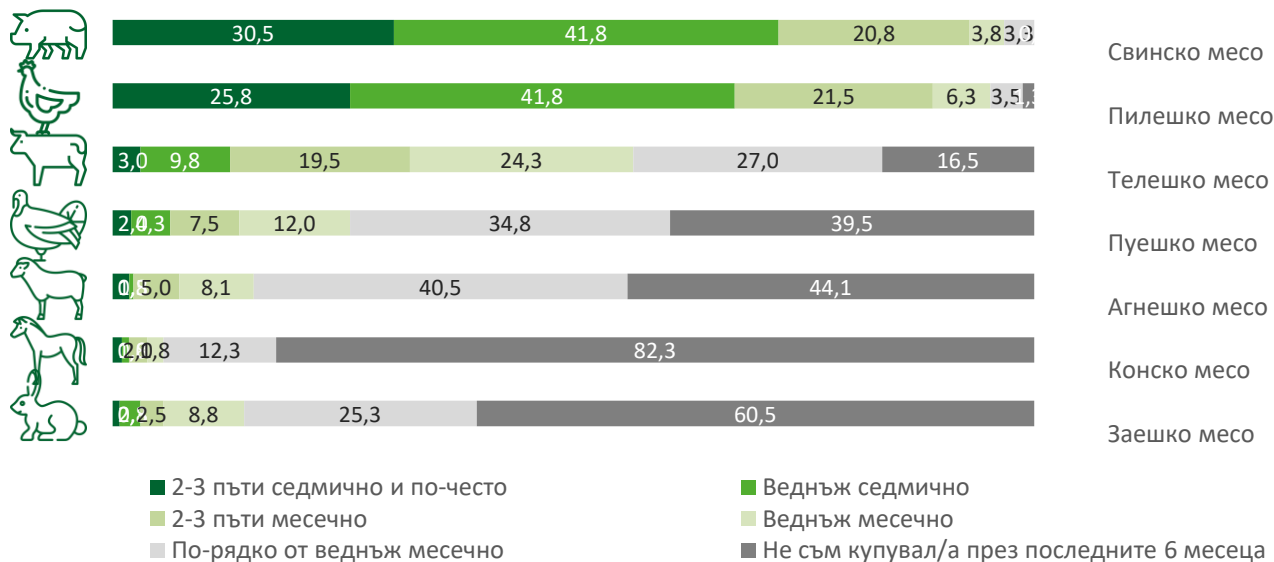
Кой купува месо/ месни продукти във Вашето домакинство?



Честота на покупка на видове месо

Потребителите консумират основно два типа месо – свинско и пилешко. Телешкото допълва основните предпочитани меса, които попадат в потребителската кошница, но със значително по-ниска честота.

Колко често купувате следните видове месо?



Колко често купувате следните видове колбаси? (%)



Потребителите предпочитат сурово-сушените, варено-пушени и трайни колбаси.

Същевременно се наблюдава отлив по отношение на малотрайните колбаси.

Луканки, суджуци, сушеници

Шунка

Шпекови салами

Свински пушен бут/филе/врат

Пастърма, Филе Елена, Врат Трапезица

Пушени гърди/ бекон

Наденица

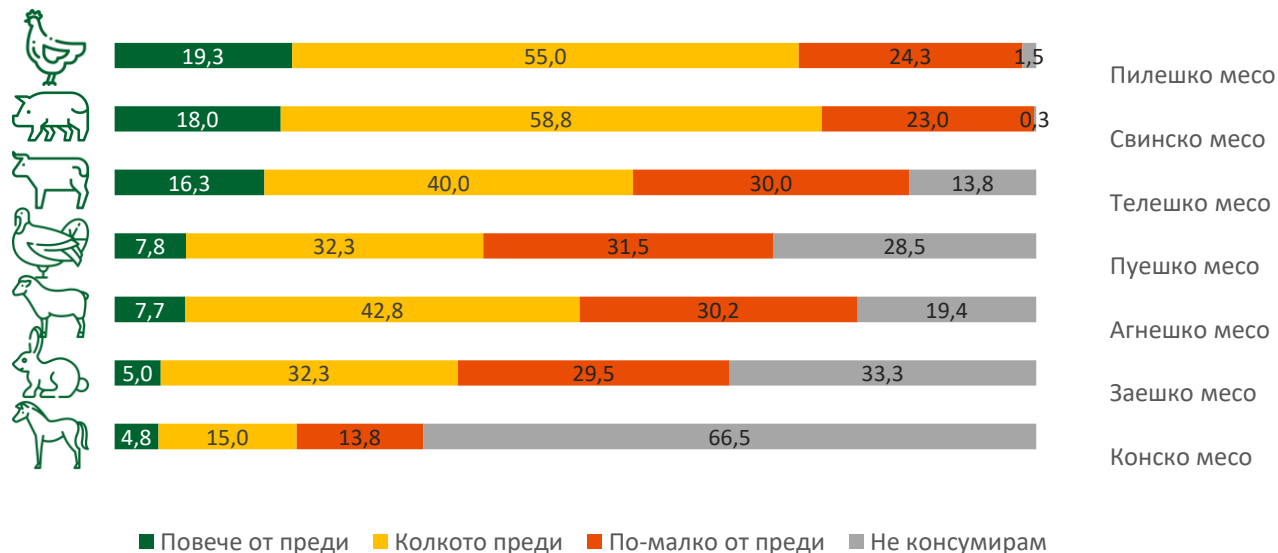
Колбаси тип Хамбургски, Камчия, Телешк

Кренвирши

Възприятие за промяна в консумацията

Всеки четвърти потребител на свинско и/или пилешко месо посочва, че е намалил консумацията си. Това намаляване е сигнал за превключване между различните типове меса.

Бихте ли ни казали за всяко от следните видове месо, дали консумирате повече от преди, колкото преди или по-малко от преди в сравнение с изминалите 1-2 години? (%)

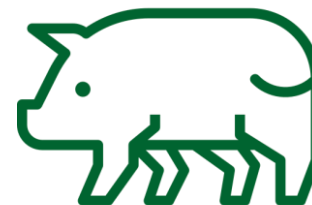


Причини за намаляване консумацията на свинско месо

Споменахте, че сте намалили консумацията на свинско месо. Кое от следните твърдения описва най-добре тази промяна?(%)



Всеки втори потребител, който споделя, че е намалил консумацията на свинско месо е направил това, заради увеличено потребление на други видове месо.



База: Потребителите, които посочват, че са намалили консумацията на свинско месо – 23% от изследваната съвкупност.

Данни: Проведено онлайн изследване от агенция за маркетингови изследвания и консултации BluePoint през октомври 2019 година сред 400 жени и мъже на възраст между 25-60 години, които купуват месо и месни продукти.

Потребителски навици и нагласи при покупката на месо и месни продукти

Навици при пазаруване на свинско месо

Предпочитани обекти за пазаруване

От кои от следните типове магазини се е случвало да купувате свинско месо за Вашето домакинство през последния месец? (%)

А от кой от тези типове магазини купувате свинско месо най-често? (%)

Всеки втори потребител посочва специализираните магазини за месо като предпочитани, а всеки пети пазарува най-често в тях. В голяма степен това се дължи на позитивното възприятие, което имат потребителите за тези обекти.



Предпочитани типове свинско месо

Преобладаваща част от потребителите предпочитат да купуват охладено насипно свинско месо от витрината в магазина.

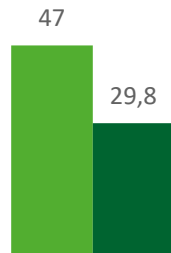
През последния месец какъв тип свинско месо сте купували? (%)
А какъв тип купувате най-често? (%)

■ Пазарувал/а през последния месец

■ Пазарува най-често



Охладено
насипно – от
витрината в
магазина



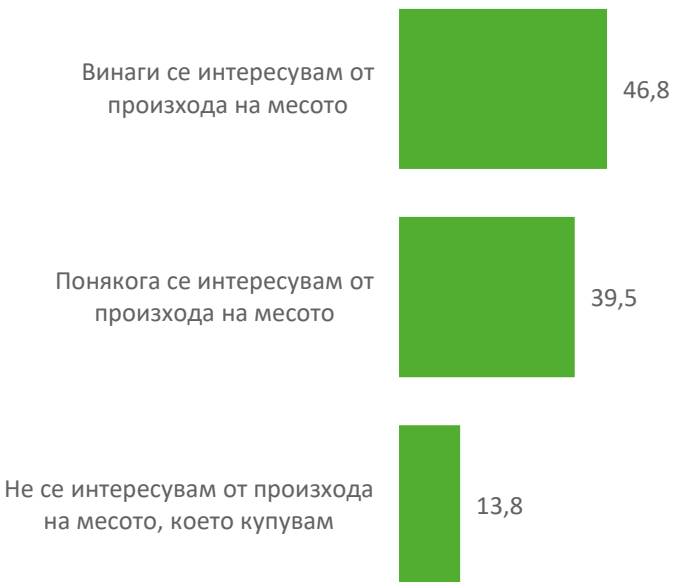
Охладено
предварително
пакетирано в
тарелка



Замразено

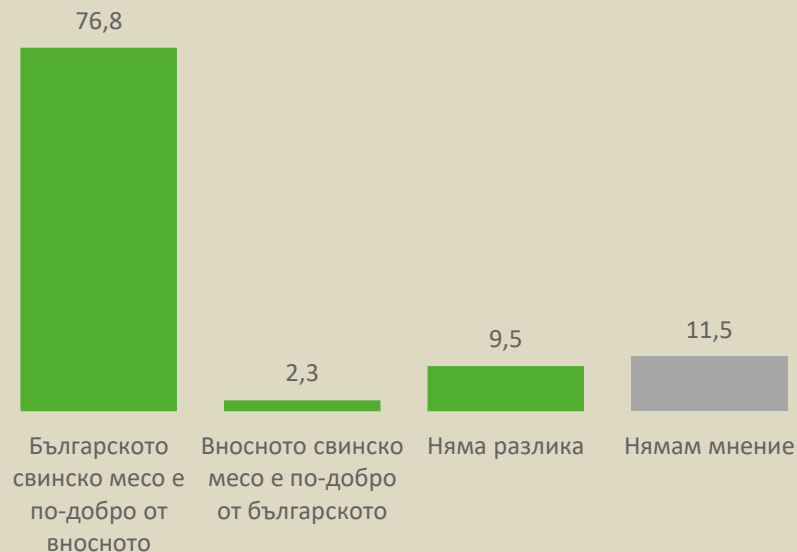
Отношение към произхода на месото

Когато КУПУВАТЕ свинско месо, кое от следните твърдения в най-голяма степен се отнася до Вас?(%)



Повече от половината от лицата нямат изграден навик за следене на произхода на месото. Въпреки този факт, единодушно е мнението, че българското месо е по-добро от вносното.

А кое от следните твърдения описва отношението Ви към произхода на свинското месо?(%)



Месарските магазини се възприемат позитивно от изследваните лица. Те ги определят като обекти, в които месото отговаря на високите стандарти за качество, предлаганото месо е прясно и с ясен произход. На противоположния полюс са големите квартални магазини, които предизвикват в потребителите негативни конотации.

Кои от следните твърдения смятате, че се отнасят до различните магазини, които предлагат свинско месо? (%)

			
	Големи вериги супермаркети	Големи квартални магазини	Месарски магазини
Предлагат свинско месо с ясен произход	56,5	12,5	60,8
Често хигиенните условия за съхранение са занижени	32,0	55,5	25,0
Нямам доверие в качеството на предлаганото месо	37,5	59,8	16,0
Цената на предлаганото свинско месо е висока	28,3	52,5	42,3
Предлаганото свинско месо е винаги прясно/свежо	38,0	10,3	73,5
Цената на предлаганото свинско месо е съмнително евтина	58,3	30,8	10,8
Предлаганото месо отговаря на високи стандарти за качество	45,0	7,3	61,3
Предлагат атрактивни промоции	91,3	9,8	4,5
Предлагат малко разнообразие от различни видове месо (филета, джолани, карета, плешка и др.)	30,5	52,0	28,5

При фирмените магазини и специализираните месарски обекти наблюдаваме най-значителен дял на нарастване на закупено количество свинско месо.

Моля, посочете за всеки един от типовете магазини как се е променило количеството закупено свинско месо през последните 2-3 години?(%)



Фирмен магазин (на един производител) за свинско месо и...



Специализиран месарски магазин



Големи вериги супермаркети (Кауфланд, Лидл, Билла)



Големи квартални магазини

■ Купувам повече отпреди

■ Купувам колкото преди

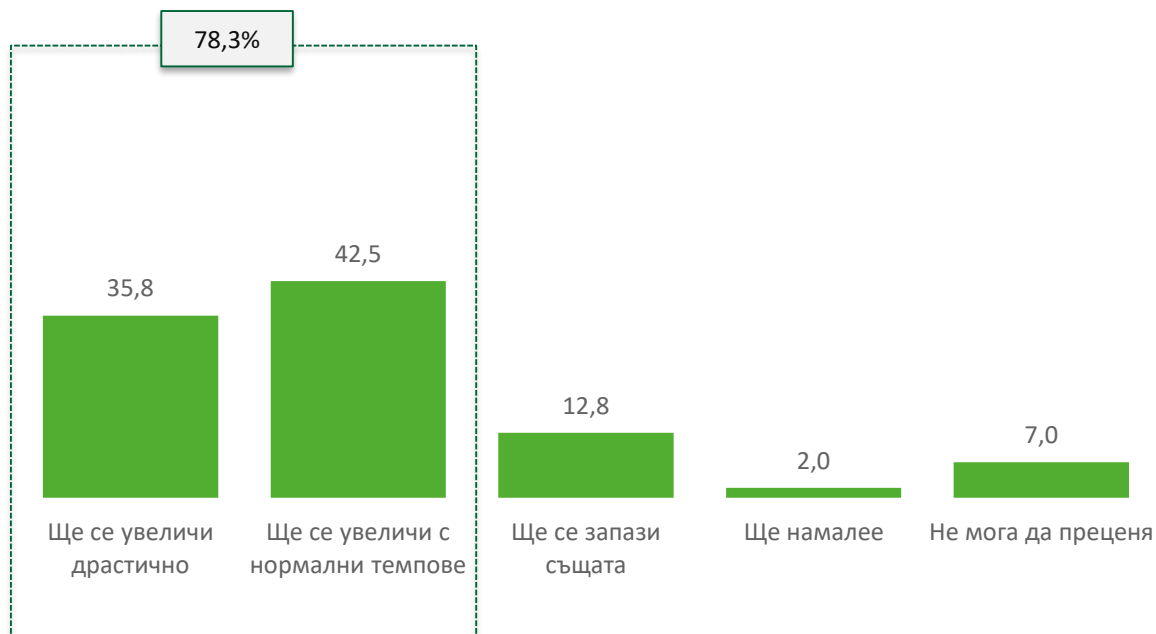
■ Купувам по-малко отпреди

■ Не купувам месо от този тип обекти

Потребителски навици и нагласи при покупката на месо и месни продукти

Нагласи към цените на свинското месо

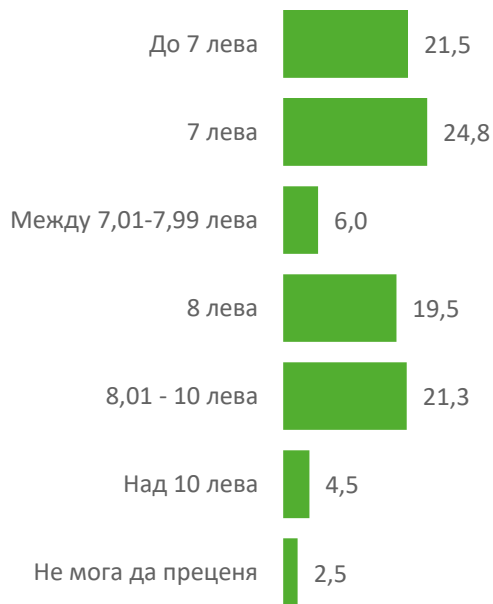
Според Вас, какво ще се случва с цената на свинското месо в следващите 5-6 месеца?
(%)



Преобладаваща част от изследваните лица са на мнение, че цената на свинското месо ще нарасне в рамките на половин година.

Нещо повече, всеки трети потребител на категорията очаква това увеличение да бъде драстично.

Според Вас, коя е нормалната цена за килограм свински бут? (%)



Потребителите възприемат 7,76 лева за нормална цена за килограм свински бут. Всеки пети потребител определя като такава, цена която не надхвърля 7 лева.



Промяна в потреблението при увеличаване на цените

Около 60% от лицата ще продължат да консумират свинско месо както досега при покачване на цената, като 19% от тях ще потърсят по-добри ценови оферти.

В случай, че цената на свинското месо се увеличи с 1-2 лева, какво най-вероятно ще направите като потребител?(%)



Потребителски навици и нагласи при покупката на месо и месни продукти

Нагласи по отношение на свинското месо

До каква степен сте съгласни/ не сте съгласни със следните твърдения?(%)



Очаквам в бъдеще цената на свинското месо да нараства



Цената на свинското месо се повиши в следствие на африканската чума по свинете



Предпочитам да платя повече за по-качествено месо



Често купувам месо на промоция и след това замразявам част от количеството



Част от месните продукти, които купуваме са от домашни ферми на малки производители



Качеството на предлаганото месо на пазара се подобрява

■ Напълно съм съгласен/а ■ По-скоро съм съгласен/а
■ По-скоро НЕ съм съгласен/а ■ Изобщо НЕ съм съгласен/а

До каква степен сте съгласни/ не сте съгласни със следните твърдения?(%)



Смятам, че българската държава трябва да подкрепя повече месопроизводителите



Смятам, че трябваше да се вземат мерки, които да ограничат предварителното разпространение на АЧС в България



Лансирането на проблема с АЧС навреди сериозно върху имиджа на месопроизводителите



Смятам, че проблемът с АЧС е преекспониран в медийното пространство



АЧС навреди само на дребните стопани в селата



Смятам, че проблемът с АЧС е сериозен



Смятам, че мерките за борба с АЧС бяха адекватни

■ Напълно съм съгласен/а

■ По-скоро съм съгласен/а

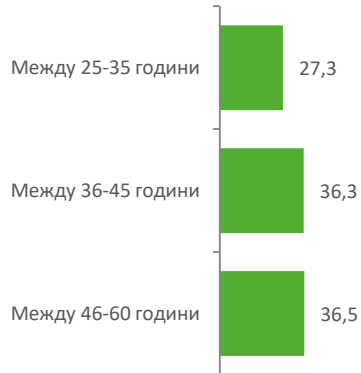
Потребителски навици и нагласи при покупката на месо и месни продукти

Демографски профил

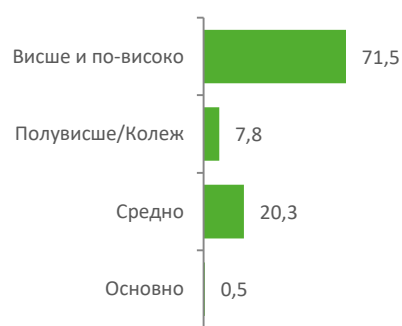
Пол:



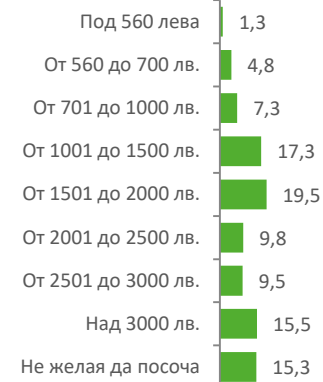
Възраст:



Образование:



Доход на домакинството:



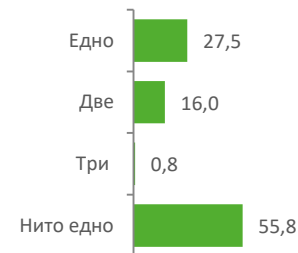
Семейно положение:



Лица в домакинството:



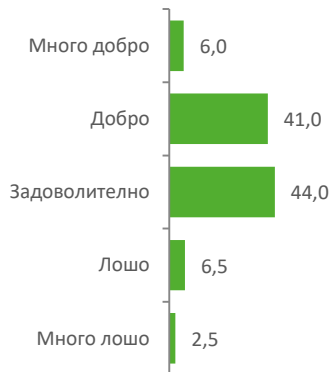
Деца под 16 години:



Занятие:



Материална самооценка:



Населено място:

