

УДК 339.138

А.В. Иванченко

Государственная организация высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк, email: aleksandr.i@internet.ru

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЫНКА МЯСА ПТИЦЫ: МАРКЕТИНГОВЫЙ ПОДХОД

Ключевые слова: рынок мяса птицы, маркетинговый подход, потребительский маркетинг, стратегия повышения конкурентоспособности, конкуренция, птицеводство, производители, логистические цепочки поставок.

Разработка стратегии повышения конкурентоспособности рынка мяса птицы на основе маркетингового подхода является актуальной темой научного исследования по изучению особенностей потребительского маркетинга на рынке мяса птицы и формирования стратегии развития рынка мяса птицы на территории Донецкой Народной Республики. Производство мяса по различным группам в России в 2017-2021 гг. указывает на наметившуюся тенденцию: основной отраслью птицеводства является производство мяса птицы. Начиная с 2019 г. ежегодное производство возможно на уровне выше 5 млн т мяса, а к 2024 г. оно может увеличиться до 5,3 млн т., с учетом реализации программы национального масштаба по импортозамещению и предложений и рекомендаций по разработке стратегии повышения конкурентоспособности, которую планируется сформировать в результате научного исследования. Представлены показатели деятельности ведущих производителей индейки в 2017-2021 гг. с целью фокусирования основных достижений данной отрасли по отдельным видам мяса птицы. За 2017-2021 гг. производство мяса птицы в России сократилось на 2,3% и составило 4,73 млн т., что обусловлено объективными причинами, а именно структуризацией рынка мяса птицы в результате введения секторальных и зеркальных санкций и формированием нового миропорядка, которые создают базис для формирования политики и экономики нового формата и формированием новых цепочек поставок, новой добавленной стоимости и новой парадигмы логистических цепочек. Обострилась проблема обеспечения российских птицеводческих предприятий инкубационным яйцом, что оказывает влияние на бесперебойность процессов производства, хранения и реализации, а также переработки мяса птицы различных видов, в том числе охлажденного мяса птицы и замороженного мяса птицы. Сформированы ключевые факторы, которые могут способствовать развитию собственного производства мяса птицы и разработке стратегии повышения конкурентоспособности рынка мяса птицы на основе маркетингового подхода для последующего развития потребительского маркетинга на рынке мяса птицы и формирования стратегии развития рынка мяса птицы на территории Донецкой Народной Республики.

A.V. Ivanchenko

State Organization of Higher Professional Education «Donetsk National University of Economics and Trade named after Mikhail Tugan-Baranovsky», Donetsk, email: aleksandr.i@internet.ru

DEVELOPMENT OF A STRATEGY TO INCREASE THE COMPETITIVENESS OF THE POULTRY MEAT MARKET: A MARKETING APPROACH

Keywords: poultry meat market, marketing approach, consumer marketing, competitiveness improvement strategy, competition, poultry farming, producers, logistics supply chains.

The development of a strategy to increase the competitiveness of the poultry meat market based on a marketing approach is an urgent topic of scientific research on the study of the peculiarities of consumer marketing in the poultry meat market and the formation of a strategy for the development of the poultry meat market on the territory of the Donetsk People's Republic. Meat production by various groups in Russia in 2017-2021 indicates a trend: the main branch of poultry farming is the production of poultry meat. Starting from 2019, annual production is possible at a level above 5 million tons of meat, and by 2024 it may increase to 5.3 million tons, taking into account the implementation of a national-scale import substitution program and proposals and recommendations for the development of a strategy to increase competitiveness, which is planned to be formed as a result of scientific research. The performance indicators of the leading turkey producers in 2017-2021 are presented in order to focus the main achievements of this industry on certain types of poultry meat. For 2017-2021 poultry meat production in Russia decreased by 2.3% and amounted to 4.73 million tons, which is due to objective reasons, namely the structuring of the poultry meat market as a result of the introduction of sectoral and mirror sanctions and the formation of a new world order, which

create the basis for the formation of a new format of politics and economics and the formation of new supply chains, new added value and a new paradigm logistics chains. The problem of providing Russian poultry enterprises with incubation eggs has become more acute, which affects the continuity of the processes of production, storage and sale, as well as processing of various types of poultry meat, including chilled poultry meat and frozen poultry meat. The key factors that can contribute to the development of own poultry meat production and the development of a strategy to increase the competitiveness of the poultry meat market based on a marketing approach for the subsequent development of consumer marketing in the poultry meat market and the formation of a strategy for the development of the poultry meat market in the Donetsk People's Republic have been formed.

Научное исследование особенностей конкуренции как важной экономической категории указывает на значимость данной категории на этапе научного поиска практических решений относительно перспектив развития рынка мяса птицы в условиях цифровых трансформаций и структурных изменений в экономике. Конкуренция – это в широком понимании соперничество между партнерами с целью формирования эффективного бизнес взаимодействия на взаимовыгодных условиях, направленных на максимизацию прибыли.

Конкурентный потенциал современного предприятия отражает наличие у него способности формировать долгосрочные конкурентные преимущества. Конкурентный потенциал, с одной стороны, обеспечивает эффективную реализацию конкурентной стратегии, способствует сохранению или увеличению доли рынка и, таким образом, обеспечивает конкурентоспособность компании, а с другой – создает условия для развития и улучшения конкурентной позиции компании и влияет на устойчивое конкурентное преимущество.

Высокая конкурентоспособность предприятий обусловлена наличием следующих трех критериев: потребители удовлетворены и готовы покупать продукцию этой компании снова (клиенты возвращаются, а товар нет); компания, акционеры, партнеры не имеют претензий к компании; рабочие гордятся своим участием в деятельности фирмы, а посторонние считают за честь работать в этой компании [1, С. 1517-1519].

Во-первых, конкуренция обеспечивает равноправное положение участников экономических отношений – продавцов и покупателей. Во-вторых, конкуренция создает одно из главных условий, необходимых для эффективного выполнения ценой координирующих функций. Сво-

бодное ценообразование – это основной элемент рыночного механизма, а значит, можно утверждать, что конкуренция является условием жизнеспособности всей рыночной системы. В-третьих, конкуренция выступает как контрольная система эффективности частного предпринимательства. В-четвертых, конкуренция создает заинтересованность в совершенствовании экономических ресурсов, их производственных комбинаций, снижении издержек на единицу выпускаемой продукции, научно-техническом обновлении производств [2, С. 282-284].

Животноводческая отрасль наряду с другими сельскохозяйственными рынками демонстрирует позитивную динамику производства. В 2019 г. рост производства в ней составил 1,7% по сравнению с 2018 г. Однако увеличение объемов выпуска мясной продукции в условиях достигнутого уровня самообеспеченности и сложность с расширением доступа на внешние рынки сказываются на внутренних ценах и рентабельности производства. Открывшиеся возможности для поставок мяса в Азию, в частности мяса птицы в Китай, свинины во Вьетнам, будут способствовать стабилизации внутренних цен производителей.

Объекты и методы исследования

Разработка стратегии повышения конкурентоспособности рынка мяса птицы на основе маркетингового подхода является актуальной темой научного исследования по изучению особенностей потребительского маркетинга на рынке мяса птицы и формирования стратегии развития рынка мяса птицы на территории Донецкой Народной Республики.

При формировании перспективных планов на этапе интеграционных процессов стали, как методологическая основа данной статьи, эмпирические методы исследования, а именно изучение

источников информации, касающихся теоретических и практических вопросов формирования стратегии повышения конкурентоспособности на рынке мяса птицы, а также определения перспективных направлений развития рынка мяса птицы в условиях структурных изменений рынка товаров и услуг.

Результаты и их обсуждение

Производители мяса птицы понимают требования международной рыночной интеграции. Кроме технического перевооружения, также необходимо завершить разработку нормативной базы и обеспечить соответствие отечественного птицеводства международным требованиям для обеспечения конкурентоспособности продукции на международных рынках.

Высококачественное российское сырье должно быть доступно производителям. Для этого необходимо вырастить необходимое поголовье породистых кур: для этого может быть создана собственная база селекционных и генетических центров. Наряду с бройлерами важно развивать производство индейки, уток, гусей и перепелов. Благодаря этому мы можем расширить ассортимент продукции птицеводства на потребительском рынке.

Птицеводство – одна из самых успешных отраслей российского агропромышленного комплекса. Наряду с этим в российском птицеводстве существуют некоторые экономические проблемы. В таких регионах, как Свердловская, Пензенская, Самарская и Кировская области, продаются птицефабрики. В некоторых местах предприятия полностью остановлены.

По оценке «Центра Агроаналитики», производство скота и птицы в убойном весе за 2019 г. (табл. 1) составит 10,8 млн т и покажет рост в сравнении с 2018 г. на 180 тыс. т. [3].

Ожидается, что в 2020 г. производство мяса превысит 11 млн т, а уже к 2024 г. может приблизиться к 11,8 млн т (в год). Более 80% производства будет приходиться на мясо птицы и свинину (рис. 1).

Лидером по производству мяса остается Центральный федеральный округ. В 2020 г. показатель там может составить 4,2 млн т (доля 38% в общероссийском объеме производства мяса).

Основной отраслью птицеводства является производство мяса птицы. Начиная с 2019 г. ежегодное производство возможно на уровне выше 5 млн т мяса, а к 2024 г. оно может увеличиться до 5,3 млн т., с учетом реализации программы национального масштаба по импортозамещению и предложений и рекомендаций по разработке стратегии повышения конкурентоспособности, которую планируется сформировать в результате научного исследования.

Существенный прирост продолжает демонстрировать производство мяса индейки. В 2019 г. оно составило 288 тыс. т в убойном весе, что на 17 тыс. т превышает показатель 2018 г. Спрос на мясо индейки остается высоким, диетичность и низкое содержание жира являются конкурентным преимуществом индюшатины относительно мяса бройлеров и свинины.

В таблице 2 представлены показатели деятельности ведущих производителей индейки в 2017-2021 гг. с целью фокусирования основных достижений данной отрасли по отдельным видам мяса птицы (рис. 2).

Прирост производства мяса птицы в 2020 г. относительно 2019 г. может составить порядка 50 тыс. т, в том числе мяса индейки – 30-40 тыс. т.

Наибольшую перспективу для российского экспорта мяса птицы будет представлять рынок стран Ближнего Востока (Объединенные Арабские Эмираты, Саудовская Аравия, Ирак, Иран, Иордания, Сирия), емкость которого в целом составляет 2,2 млн тонн, что обусловлено высоким уровнем потребления мяса птицы при одновременно высокой покупательной способности, хорошо развитой сетевой розничной торговлей [4, С. 6-12].

Россия рассматривается в долгосрочной перспективе как один из поставщиков продукции птицеводства в эти страны. Выбор наиболее перспективных рынков российского экспорта будет производиться с учетом комплекса факторов: конкуренции на выбранном рынке, логистики, таможенных и тарифных ограничений, а также особенностей потребления мяса птицы в конкретной стране.

Таблица 1

Производство мяса по различным группам в России в 2017-2021 гг.

Наименование	2017	2018	2019	2020	2021
Мясо птицы	4,94	4,98	5,05	5,13	5,24
Свинина	3,52	3,74	3,85	3,97	4,12
Говядина	1,57	1,61	1,62	1,64	1,68
Прочее	0,29	0,30	0,29	0,30	1,30
Всего	10,32	10,63	10,81	11,04	11,34

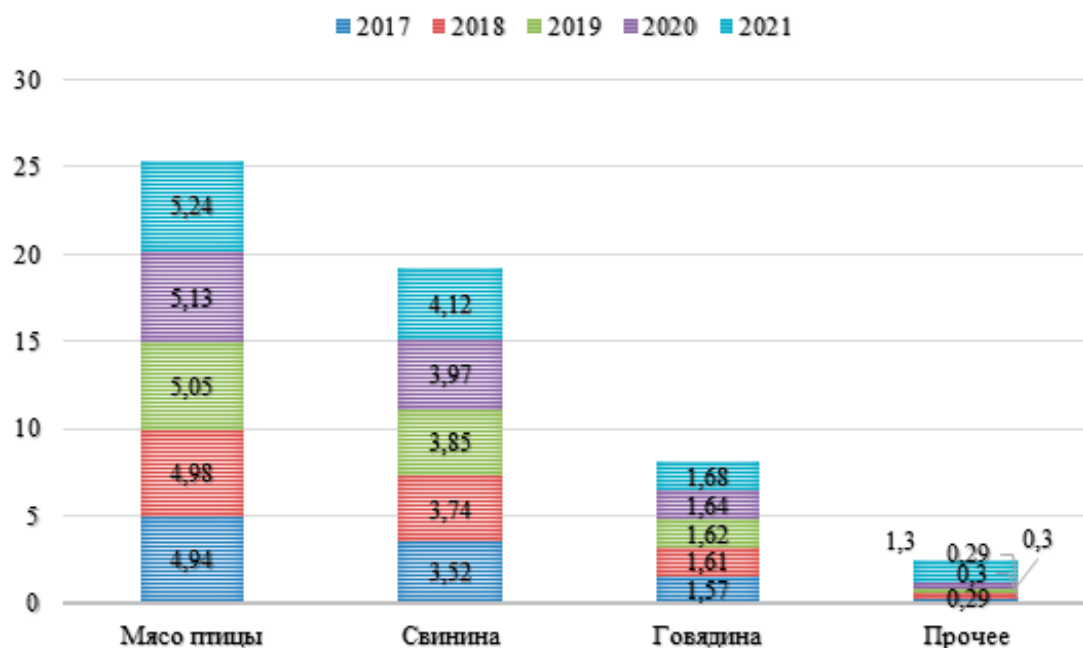


Рис. 1. Производство мяса по различным видам групп в России в 2017-2021 гг.

Таблица 2

Ведущие производители мяса индейки в России, 2017-2021 гг., тыс. т.

Наименование	2017	2018	2019	2020	2021
ГК «Дамате»	127,6	129,5	131	140	146,1
Тамбовская индейка»	38,4	39,4	40,9	43,2	46,4
«Краснобор»	21,1	20	21	23,2	25,4
птицефабрика «Морозовская»	19,1	18,4	19	21,6	22,8
«Евродон»	12,8	12,4	12	11,8	13,1

Структурные трансформации рынка товаров и услуг, которые осуществляются в результате реализации национальных программ импортозамещения указывают на необходимость формирования стратегии повышения конкурентоспособности отраслей хозяйствования, в частности, на формирование целевой стратегии развития рынка мяса птицы.

За 2017-2021 гг. производство мяса птицы в России сократилось на 2,3% и составило 4,73 млн т., что обусловлено объективными причинами, а именно структуризацией рынка мяса птицы в результате введения секторальных и зеркальных санкций и формированием нового миропорядка, которые создают базис для формирования политики

и экономики нового формата и формированием новых цепочек поставок, новой добавленной стоимости и новой парадигмы логистических цепочек. Обострилась проблема обеспечения российских птицеводческих предприятий инкубационным яйцом, что оказывает влияние на бесперебойность процессов производства, хранения и реализации, а также переработки мяса птицы различных видов, в том числе охлажденного мяса птицы и замороженного мяса птицы (табл. 3, рис. 3).

По данным «Анализа рынка мяса птицы в России», подготовленного BusinesStat в 2022 г., в 2017-2021 гг. его производство в стране сократилось на 2,3% и по итогам 2021 г. составило 4,73 млн т. При этом выпуск замороженного мяса птицы снизился за пятилетие на 22,3%: с 1,58 до 1,23 млн т, а выпуск охлажденного – вырос на 7,4%: с 3,26 до 3,50 млн т. [5].

В 2018 г. темп прироста производства мяса птицы в России составил 0,8% – гораздо меньше, чем в предшествующие годы, что было вызвано близостью рынка к насыщению. В последующие 2019-2021 гг. выпуск мяса птицы сокращался нарастающим темпом 0,6-1,6% в год.

В 2021 г. существенно обострилась проблема обеспечения российских птицеводческих предприятий инкубационным яйцом. Россельхознадзор в марте 2021 г. ввел ограничения поставок инкубационного яйца из ряда европейских стран, в которых были зафиксированы вспышки птичьего гриппа. В условиях ограничений импорта селекционного материала недостаток аналогичной отечественной продукции не позволил птицефабрикам сохранить объем производства мяса птицы.

Еще одним фактором, способствовавшим снижению производства мяса птицы в стране, стали вспышки птичьего гриппа в ряде регионов. Как следствие, в 2021 г. сокращение выпуска было максимальным за пятилетие – 1,6% к уровню 2020 г. Недостаток предложения привел к росту цен производителей мяса птицы в 2021 г. на 23,7%.

По мнению производителей, основными негативными факторами, тормозящими развитие отрасли, являются дефицит племенного материала, удорожа-

ние кормов, кормовых витаминов и лекарств, а также сложности с инвестиционным финансированием. По оценкам BusinesStat, новая волна кризисных изменений в российской экономике, вызванная обострением внешнеполитической обстановки из-за начала военных действий в Украине, неминуемо приведет к очередным проблемам с поставками племенного материала, а также росту стоимости кормов и добавок [6].

Мясная продукция приобретается респондентами, в большей мере, в супермаркетах (64,3%) и магазинах шаговой доступности (50%). На третьем месте стоят специализированные магазины здорового питания (ВкусВилл, Мясовъ и др.). Также популярны среди опрошенных потребителей гипермаркеты (28,6%) и фермерские рынки (21,4%). Наименьшим спросом пользуется продукция частных производителей (7,1%) и продовольственных интернет – магазинов (3,6%).

Наиболее популярными торговыми сетями, в которых респонденты приобретают мясо и мясопродукты, по результатам голосования выступили: «Пятёрочка» (55,6%), «Перекресток» (40,7%), «Ашан» и «Вкус Вилл» (37%). Также респондентами были выделены «Магнит» и «Дикси» (25,9%), «Лента» (22,2%), «Виктория», «BILLA» и «Мясовъ» (18,5%), «Верный» (7,4%), «Магнолия» и «Азбука Вкуса» (3,7%). Кроме того, 3,7% отмечены магазины: «Хороший Вкус», Интернет – магазин «Утконос», «Гипербола», «Карусель», «Глобус», «Спар» и Мясокомбинат «Останкино» [7, С. 6-13].

Если сравнивать прогноз производства мяса без учета пандемии и прогноз с ее учетом, то к 2025 г. производство сократится на 3%.

В структуре потребления мяса в России преобладает самый дешевый вариант – мясо птицы. В России наблюдается стабильно высокий спрос на мясо птицы – потребление в стране растет в среднем на 5% в год. Среднедушевое потребление мяса птицы в стране также растет: в 2019 г., по предварительным оценкам, оно составило 33,93 кг на душу населения в год и выросло относительно 2010 г. более, чем на 10% [8, С.103-116].

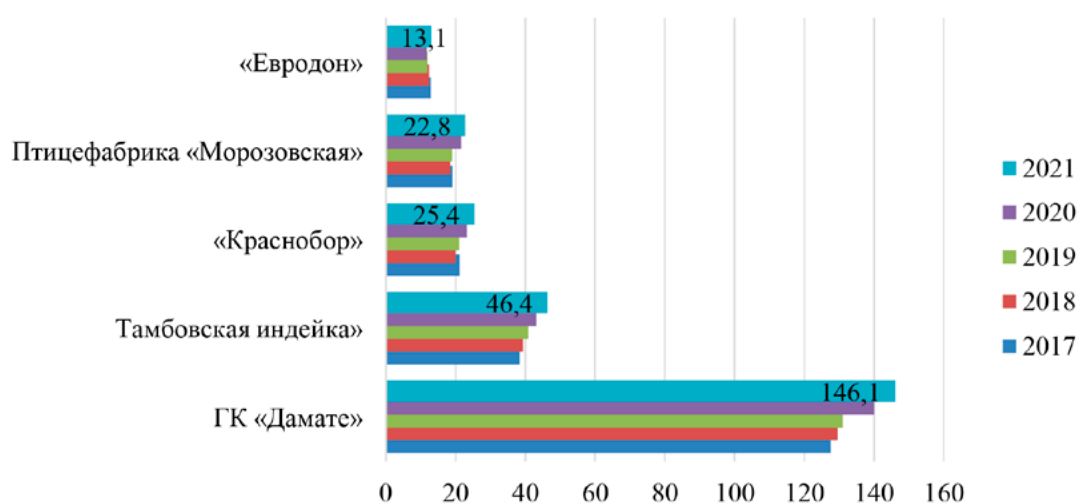


Рис. 2. Ведущие производители мяса индейки в России, 2017-2021 гг., тыс. т.

Таблица 3

Производство мяса птицы 2017 – 2021 гг., тыс. т.

Производство	2017	2018	2019	2020	2021
Охлажденное мясо птицы	3,26	3,33	3,53	3,53	3,50
Замороженное мясо птицы	1,58	1,55	1,32	1,27	1,23

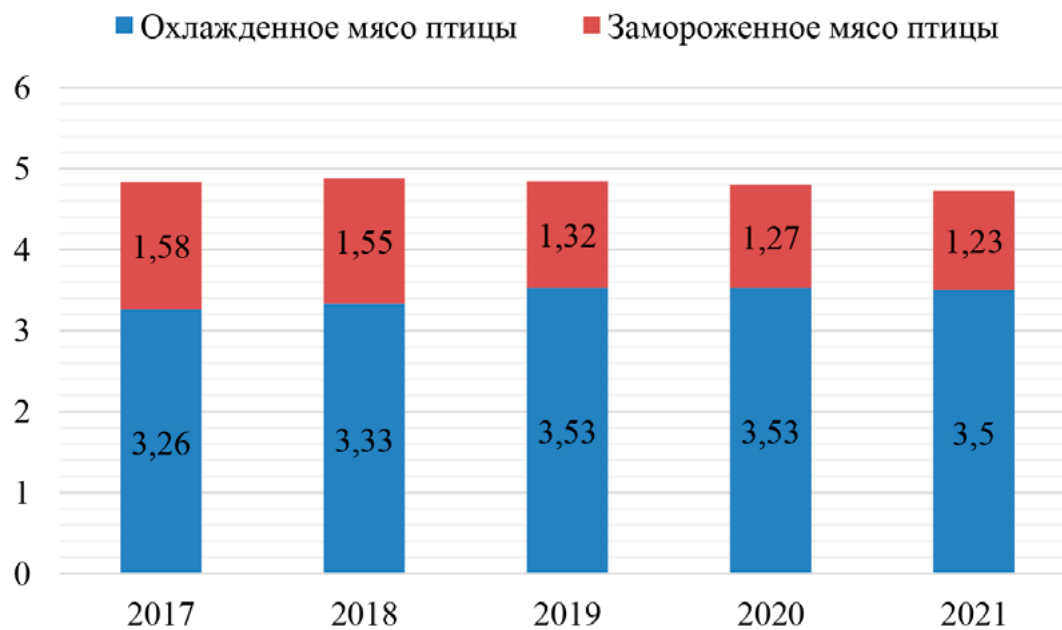


Рис. 3. Производство мяса птицы 2017 – 2021 гг.

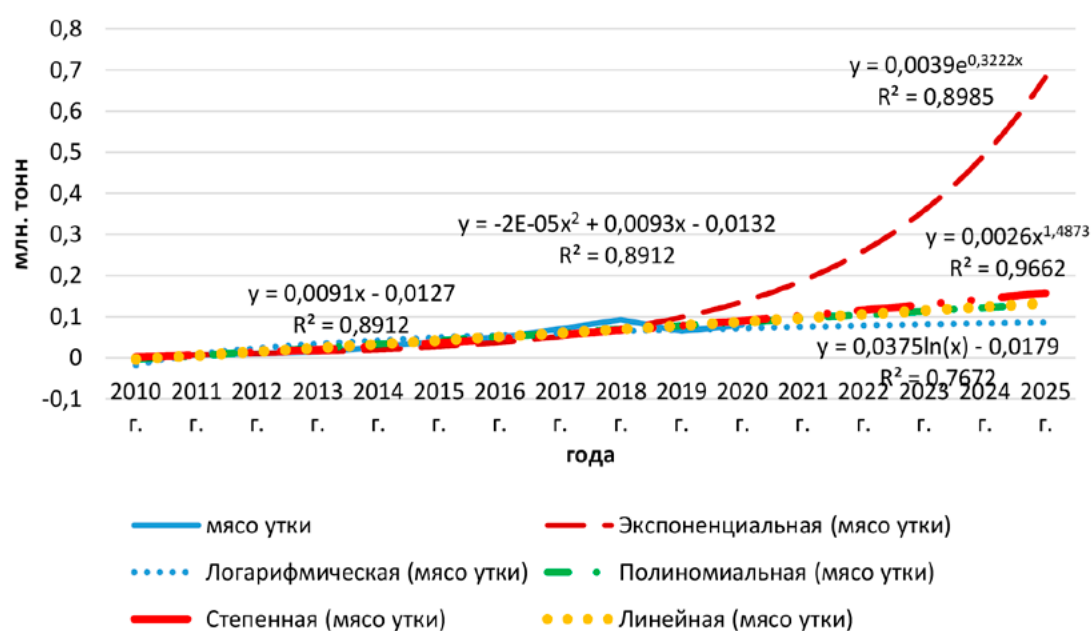


Рис. 4. Прогноз производства мяса уток в России до 2025 г. по видам тенденций

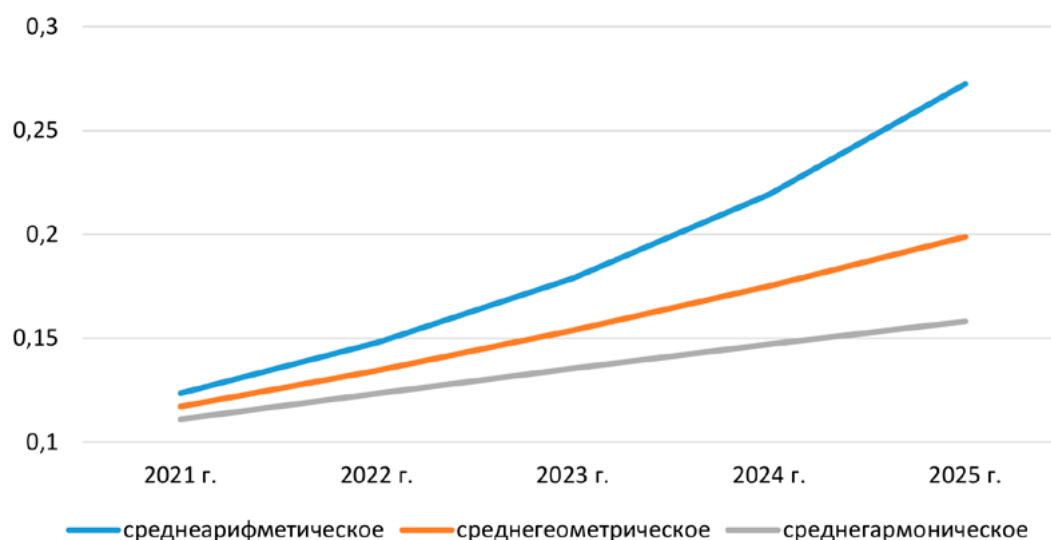


Рис. 5. Усредненные прогнозы производства мяса утки до 2025 года

В последние годы наблюдается изменение взглядов на питание, предпочтение отдается здоровому образу жизни, раздельному питанию, все больше распространяются такие направления как вегетарианство и веганство, что доказывают результаты маркетинговых исследований изучения социальных сетей

и экспертных мнений по перспективам развития рынка мяса птицы. Однозначно следует выделить тот факт, что несмотря на различные перемены потребительских предпочтений в целом объемы производства различных видов мяса птицы и мясной продукции не снижаются, а существенно наращиваются.

Покупательский спрос на все виды мясной продукции на рынке мяса птицы остается достаточно высоким. Так по данным, представленным Федеральной службой государственной статистики Российской Федерации, третья часть расходов всего населения страны на продукты питания, приходится на мясные товары, в частности на мясо птицы, что указывает на систематический спрос на продукцию потребительского населения страны и создает предпосылки для постоянного мониторинга развития рынка мяса птицы и формирования ключевых этапов разработки стратегии повышения конкурентоспособности рынка мяса птицы на основе маркетингового подхода [9]. В стране потребление мясных продуктов составляет 75,1 кг в год на человека, в то время как общемировой уровень потребления мяса составляет 43 кг на человека.

Одним из перспективных направлений является наращивание производства утиного мяса (рис. 4).

Прогнозы по линейному, степенному, полиномиальному и логарифмическому трендам дают довольно близкие результаты, а оптимистический экспоненциальный прогноз может быть реализован лишь в результате существенных инвестиций в развитие производства и возможности увеличения экспорта продукции.

Усредненные прогнозы (рис. 5), показывают рост производства к 2025 году до уровня 158-272 тыс. тонн. Если брать наиболее реалистические данные, то при нынешних темпах наращивания производства наиболее вероятной является оценка на уровне 200 тыс. тонн.

В настоящее время все больше обеспеченных жителей развитых стран не хотят питаться дешевым мясом бройлеров, а хотят получить мясо «органической» птицы, выращенной без применения достижений современной селекции, и готовы платить за него более высокую цену [10, С. 72-83].

Следует сделать важное заключение относительно того, что разработка стратегии повышения конкурентоспособности рынка мяса птицы на основе маркетингового подхода должна прежде всего строиться на важном результате научного исследования, которое заклю-

чается в том, что качественное развитие производства мяса птицы требует проведения продуманной сельскохозяйственной политики с низкими ценами на сырье и использованием всех доступных запасных ресурсов.

Выводы

Внедрение механизмов рыночного регулирования – это длительный и трудный процесс. В настоящее время рыночные механизмы управления фермерскими хозяйствами внедрены неэффективно. В то же время это является основным фактором повышения конкурентоспособности птицеводческих компаний. Во-первых, необходимо говорить о создании эффективной логистической системы для рынка птицеводства с учетом принципов рыночной экономики.

Российские птицеперерабатывающие предприятия обычно разделяют сферы ответственности за всю логистическую цепочку, что не позволяет рассматривать логистику как общую задачу и усложняет механизацию этого сложного и дорогостоящего процесса. Новые системы позволяют исключить ручную работу, что позволяет исключить травмирование птицы при забое, улучшая качество мяса. Новые технологии оснащены автоматическими системами отлова бройлеров и наполнения их упаковки, системами транспортировки, средствами для забивания птицы в контролируемой среде, а также автоматизированным подающим устройством в технологическом цехе с системой взвешивания и мочными установками.

Такой комплексный подход позволяет избежать многих современных проблем, которые можно наблюдать на российских предприятиях, учитывая их развивающиеся производственные мощности. Многие специалисты считают, что в ближайшем будущем конкуренция будет происходить не между предприятиями, а между логистическими цепочками, обеспечивающими запланированный уровень обслуживания клиентов при небольших общих затратах.

Следующие ключевые факторы могут способствовать развитию собственного производства мяса птицы и разработке стратегии повышения конку-

рентоспособности рынка мяса птицы на основе маркетингового подхода для последующего развития потребительского маркетинга на рынке мяса птицы и формирования стратегии развития рынка мяса птицы на территории Донецкой Народной Республики в целом предлагаются следующие направления деятельности:

- государственное кредитование на льготных условиях для реализации инвестиционных проектов и простого приобретения оборудования (без учета таможенных сборов, лизинга);
- тарифное и таможенное регулирование и импортная квота;
- инновационные разработки в области селекции, генетики, ветеринарии,

привлечение новых технологий за счет научных исследований.

В заключении сделаем общий вывод и подведем итоги: сельское хозяйство, ориентированное на удовлетворение главной потребности людей в пище, по существу, не имеет конкурентов среди других отраслей экономики. Именно по его успехам или неудачам можно во многом судить не только о надежном обеспечении населения экономически доступным и качественным отечественным продовольствием, но и об успехах или неудачах страны. Лишь решив проблему продовольственной безопасности, можно обеспечить и национальную безопасность, поднять престиж страны в мире.

Библиографический список

1. Ходжаниязов Э.С. Пути повышения конкурентоспособности // Молодой ученый. 2016. № 12 (116). С. 1517-1519.
2. Шинкаренко Ю.В. Конкуренция в современной рыночной экономике // Молодой ученый. 2020. № 14 (304). С. 282-284.
3. ФГБУ «Центр Агроаналитики». [Электронный ресурс] URL: <https://specagro.ru> (дата обращения 20.10.2022).
4. Менкнасунов, М.П. Анализ динамики российского экспорта мяса птицы // Управление рисками в АПК. 2018. № 6. С. 6-12.
5. BusinesStat. [Электронный ресурс]. URL: https://businessstat.ru/market_survey/ (дата обращения 20.10.2022).
6. За 2017-2021 гг. производство мяса птицы в России сократилось на 2,3% и составило 4,73 млн т. [Электронный ресурс]. URL: <https://marketing.rbc.ru/articles/13533/> (дата обращения 20.10.2022).
7. Смирнова А.В., Красуля О.Н. Маркетинговое исследование рынка мясной продукции: выявление потребительских предпочтений при разработке новой сонотехнологии // Проблемы и перспективы развития научно-технологического пространства России: сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции 11 июня 2020 г. Белгород: ООО Агентство перспективных научных исследований (АПНИ), 2020. С. 6-13.
8. Бородин К.Г. Прогноз развития рынка агропродовольственной продукции с учетом эффекта пандемии (на примере рынка мяса птицы) // Научные труды ВЭО России. 2020. Т. 224. С.103-116.
9. Федеральная служба государственной статистики Российской Федерации. [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru> (дата обращения 20.10.2022).
10. Сергеева Н.В. Организация переработки мяса птицы в полуфабрикаты // Актуальные научно-технические средства и сельскохозяйственные проблемы: Сборник трудов конференции. 05 июля, 2019 г. Кемерово, 2019. С. 72-83.