УДК 636.5

Д.Д. Постникова
ФГБОУ ВО «Российский государственный аграрный университет – МСХА имени К.А. Тимирязева», Москва, email: postdd@yandex.ru

ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ОТРАСЛИ ПТИЦЕВОДСТВА В УСЛОВИЯХ ИНТЕГРАЦИИ

Ключевые слова: конкурентоспособность, предприятие, отрасль, сбытовая политика, материальная база, птицеводство.

В статье рассмотрено обеспечение конкурентоспособности предприятий отрасли птицеводства в условиях интеграции. Доказано, что каждое предприятие отрасли птицеводства стремится достигать конкурентных преимуществ и доминировать в конкурентной борьбе. При этом сформулированы конкретные факторы конкурентной среды отрасли птицеводства, где значительную роль играет государство с его функцией содействия экспорту отечественной продукции, регулирования импорта продукции птицеводства, установления организационных регуляторов рынка, учета в законодательстве мировых тенденций развития предпринимательства, в частности поддержка направлений экологизации производства, социальной ответственности, производства органической продукции птицеводства. Установлено, что отрасль птицеводства монополизирована мощными агрохолдингами, которые в значительной мере влияют на ценовую политику, имеют лучшую материальную базу, ведут эффективную сбытовую политику. Под влиянием этих тенденций малым и средним птицефабрикам трудно противостоять в конкурентной борьбе, однако это побуждает их формировать собственные конкурентные преимущества на уровне конкретной области.

D.D. Postnikova
Russian State Agrarian University – Moscow Timiryazev Agricultural Academy, Moscow, email: postdd@yandex.ru

ENSURING THE COMPETITIVENESS OF POULTRY INDUSTRY ENTERPRISES IN THE CONTEXT OF INTEGRATION

Keywords: competitiveness, enterprise, industry, marketing policy, material base, poultry farming.

The article considers ensuring the competitiveness of poultry industry enterprises in the context of integration. It has been proven that every enterprise in the poultry industry strives to achieve competitive advantages and dominate the competition. At the same time, specific factors of the competitive environment of the poultry industry are formulated, where the state plays a significant role with its function of facilitating the export of domestic products, regulating the import of poultry products, establishing organizational market regulators, taking into account global business trends in legislation, in particular, supporting the areas of greening production, social responsibility, and the production of organic poultry products. It has been established that the poultry industry is monopolized by powerful agricultural holdings, which significantly influence pricing policy, have a better material base, and conduct an effective marketing policy. Under the influence of these trends, it is difficult for small and medium-sized poultry farms to compete, but this encourages them to form their own competitive advantages at the level of a specific area.

В современных условиях хозяйствования важным направлением обеспечения эффективности функционирования экономики является дальнейшее развитие конкурентных отношений, повышение конкурентоспособности национальной продукции и ее производителей. Это связано, в первую очередь, с открытием границ импортным товарам, в результате которого российские производители почувствовали существенное конкурентное давление со стороны аналогичных образцов иностранного производства. Усиление конкуренции в большинстве отраслей экономики, ускорение политических и социальных изменений обусловливает необходимость обеспечения предприятиями устойчивых рыночных позиций.

Поэтому поиск и внедрение направлений обеспечения конкурентоспособности предприятий на внутренних и мировых рынках является важной задачей сегодняшнего дня. Особое значение приобретает обеспечение конкурентоспособности предприятий отрасли птицеводства, продукция которых пользуется значительным спросом у потребителей.

При этом в условиях низкой покупательной способности большой части населения и наибольшей доступности мяса птицы для потребителей по цене необходимо определять, как обеспечить высокое качество куриного мяса на рынке, формируя надлежащий уровень конкурентоспособности.

Теоретические и методологические аспекты конкурентоспособности в отрасли птицеводства рассмотрены в работах С.К. Абуова [1], Ж.Н. Алибаевой [2], Н.В. Боровских [3], Л.Б. Винничек [4], Т.В. Гергерт [5], В.В. Говди [6] и др. Достижения ученых-экономистов имеют весомое научное значение для обеспечения теоретико-методических основ дальнейших исследований исследуемой проблемы. Вместе с тем нерешенными остается ряд вопросов относительно конкурентоспособности и конкурентных преимуществ отечественных предприятий отрасли птицеводства.

Материал и методы исследования

Исследования показывают, что в научных источниках отсутствует общая трактовка конкурентоспособности. При этом конкурентоспособность – это способность предприятия доминировать в конкурентной борьбе на рынке за счет обеспечения собственных конкурентных преимуществ в экономических, социальных и экологических направлениях эффективной деятельности под влиянием нестабильной внешней среды.

В этих условиях конкурентные преимущества зависят от таких факторов как производство качественной продукции, оптимальная цена, использование бренда продукции, переработка побочной продукции птицеводства и др. Поэтому внедрение вышеупомянутых направлений обеспечения конкурентоспособности позволит обеспечивать ее надлежащий уровень для продукции предприятия, что в свою очередь повысит конкурентоспособность производителя, а в заключительной цепочке – конкурентоспособность региона и отрасли птицеводства.

При этом отсутствует общепринятая методика оценки конкурентоспособности предприятий [7, 9, 11]. В то же время на основе расчета интегрального и финансовых показателей деятельности предприятий возможно оценить эффективность хозяйствования в динамике заранее. К основным показателям нами отнесены: рентабельность, объем продаж, коэффициенты ликвидности и платежеспособности, производительность труда, затраты на единицу продукции. Если предприятие достигало высоких значений анализируемых показателей в прошлых периодах, то в ближайшем будущем его деятельность будет результативной. На этом основании считаем такое предприятие конкурентоспособным.

Результаты исследования

Практика показала, что объем производства мяса птицы в общем производстве мяса составляет от 47 до 52%. Основные направления конкурентоспособности отрасли формируют мощные агрохолдинги, которые, обладая монопольной долей рынка, в значительной мере влияют на ценовую политику, имеют лучшие возможности для внедрения новейших технологий и современных систем управления качеством и безопасностью, условия стабильно поставлять достаточное количество высококачественной конкурентоспособной продукции на внутренние и зарубежные рынки.

Крупные предприятия диктуют условия в отрасли, что оказывает влияние на деятельность малых и средних птицефабрик на уровне государства, однако побуждает их формировать собственные конкурентные преимущества на уровне отрасли [8, 10, 12]. Высокий уровень конкурентоспособности подтверждается ростом показателей экспорта отечественной продукции. Исследуемые предприятия выбраны нами по одному направлению – производству куриного мяса.

В этих условиях конкурентная среда характеризуется возможностями для расширения рынков сбыта путем производства качественной продукции в больших объемах, а также возможностью оптимизации затрат и снижения цены продукции для обеспечения продукцией большего количества потребителей с более низким уровнем доходов. В соответствии с предлагаемым алгоритмом были оценены единичные и интегральный показатель конкурентоспособности предприятий.

Таблица 1

Результаты опроса потребителей мясной продукции с учетом покупательной способности

Уровень дохода на 1 члена семьи, руб.	Процент потребления вида мяса относительно уровня доходов потребителей			
	Свинина	Говядина	Мясо птицы	Другие виды мяса
До 30000	26	8	62	4
30000–50000	35	23	35	7
50000–70000	39	30	20	11
Выше70000	38	27	19	16

Источник: рассчитано автором.

По показателю абсолютной конкурентной силы исследуемые предприятия имели отрицательное значение. Анализируя экспертным способом 10 факторов, влияющих на уровень конкурентоспособности (финансовое состояние, рыночные показатели, социальная ответственность, организационные и кадровые факторы) определено, что самая низкая оценка получена по показателям исследования и внедрения новаций, имидж фирмы и социальная ответственность, а самая высокая – производственные мощности, показатели доходности и трудовые ресурсы.

Интегральный показатель конкурентоспособности оценен соотношением значений количественных (цена) и качественных (имидж фирмы, упаковка, каналы сбыта, качество продукции) показателей, определенных экспертным методом по 5-балльной шкале оценивания и переведенного значения по процентному значению важности каждого отдельного показателя. Высшие значения получили предприятия, действующие в составе объединений, на основе лучшего уровня организации рыночной политики (налаживание сбытовой сети, имидж фирмы на рынке).

Расчет показателя добавленной стоимости позволяет определить уровень созданной стоимости в бюджет региона. Указанный показатель имеет высокие значения, что объясняется прибыльной деятельностью исследуемых предприятий, несмотря на высокий уровень материальных затрат. Большую стоимость формируют предприятия с большим объемом производства продукции, а следовательно, и более высоким уровнем конкурентоспособности.

Значения финансовых показателей за 2019-2024 гг. подтверждают хороший уровень конкурентоспособности исследуемых предприятий. Это свидетельствует о прибыльной деятельности, значение показателя рентабельности производства является положительным. Коэффициенты ликвидности, платежеспособности и финансовой устойчивости в пределах нормы свидетельствуют о высоком уровне самостоятельности предприятий и устойчивом финансовом состоянии. Высокий уровень товарности у предприятий, действующих в составе объединений – в пределах 91-98%.

Также нами определены факторы обеспечения конкурентоспособности предприятий отрасли птицеводства путем проведения опроса потребителей. Среди основных факторов указано: уровень доходов на одного члена семьи, вид мяса, который потребляется, факторы, влияющие на уровень потребления того или иного вида продукции животноводства, а именно цена, скорость приготовления, доступность в торговой сети, ассортимент продукции, качество, упаковка, имидж предприятия, реклама (табл. 1).

При этом низкий уровень доходов отечественных потребителей привел к значительному нарушению рационов питания, особенно употребления мяса. Основным преимуществом продукции птицеводства является ее доступность для пенсионеров со средней пенсией 24 тыс. руб. или работника с зарплатой 40 тыс. руб.

По анализируемым видам мяса прослеживается тенденция к росту цены в 2023 г. почти вдвое по сравнению с 2019 г. Даже при росте доходов населения почти вдвое не происходит повышения спроса на мясо, поскольку оно не является первоочередным продуктом питания в рационе людей, поэтому значения коэффициента эластичности спроса по свинине (-0,719) и говядине (-0,344) отрицательные. Как видно, с ростом уровня доходов населения повышается спрос на более ценные и питательные виды мяса. Так, курятина присутствует в рационе потребления всех слоев населения, но доля ее в рационе потребления преобладает у лиц с более низким уровнем доходов. У потребителей с более высоким уровнем доходов большую долю в рационе питания занимают свинина и говядина.

При этом производители, которые имеют довольно ограниченные экономические рычаги по снижению себестоимости продукции, при формировании дальнейшей производственной стратегии для повышения конкурентоспособности и уровня спроса на продукцию птицеводства должны учитывать ряд факторов, влияние которых возрастает в зависимости от покупательной способности различных слоев населения. В данном случае речь идет о качестве и безопасности продукции (коэффициент корреляции 0,983), ее ассортименте (коэффициент корреляции 0,239), формировании имиджа (бренда) предприятия (коэффициент корреляции 0,673), цене (коэффициент корреляции -0,969).

Значения рассчитанных коэффициентов по факторам обеспечения конкурентоспособности подтверждают изменение спроса на продукцию птицеводства с изменением доходов потребителей, что непосредственно сказывается на степени влияния конкретного фактора конкурентоспособности курятины относительно уровня доходов потребителей. Нами установлено, что производитель получает в среднем 41,8% прибыли от реализации собственной продукции, что доказывает эффективность осуществления деятельности в области птицеводства.

Для сравнения, в странах Европы рентабельность производимой продукции составляет 58,9%, что свидетельствует о высоком ее уровне и резерве снижения цены для обеспечения доступности для потребителей с низким уровнем доходов. С учетом низкой себестоимости продукции птицеводства в Российской Федерации отечественные производители получают высокие прибыли от экспорта продукции. Для увеличения объема реализации продукции птицеводства, нужно снижать цену, а уровень рентабельности позволяет это сделать.

При уровне рентабельности 41,7%, снизив цену на курятину, по крайней мере, на 9% производители смогут расширить круг потребителей на основе эффекта масштаба от реализации продукции на рынке. Поэтому мы рекомендуем птицефабрикам формировать и совершенствовать свои конкурентные стратегии в соответствии с потребностями потребителей продукции. Так, для потребителей с низким уровнем доходов до 30000 руб. предлагаем использовать стратегию уменьшения расходов на основе снижения производственной себестоимости или цены продукции птицеводства.

Для потребителей с уровнем дохода 30000-50000 руб. на человека в месяц использовать стратегию снижения затрат и производить качественную и безопасную продукцию. Ориентируясь на потребности потребителей с доходами 50000–70000 руб., обратить внимание на обеспечение высокой безопасности продукции, расширять ее ассортимент, формировать положительный имидж предприятия на рынке при наличии бренда собственной продукции. Нами также предусмотрена возможность увеличения объемов реализации курятины за счет снижения цены, о чем свидетельствуют результаты опроса потребителей.

Потребители с уровнем дохода – до 30000 руб. на человека смогут больше покупать курятины по более низкой цене. При этом, если сегмент потребителей с низким уровнем дохода в большинстве устойчив, поскольку предприятия имеют довольно ограниченные возможности снижать себестоимость производства продукции, то увеличение объемов реализации за счет потребителей со средним и выше среднего уровнями доходов требует сосредоточения внимания на повышении качества и безопас-

ности продукции, поиске новых экологически чистых продуктов питания, создании новых брендов органической продукции (такое направление диверсификации могут эффективно внедрять крупные предприятия, действующие в составе мощных холдингов). По нашим расчетам, соблюдение указанных критериев при производстве продукции птицеводства позволит на 5% увеличить этот сегмент потребителей.

По результатам исследования конкурентоспособности и факторов, ее обеспечивающих, нами предлагается совершенствовать конкурентную стратегию птицефабрик в двух направлениях. На основе диверсификации в направлении производства качественных и безопасных кормов для откорма птицы появляется возможность уменьшить затраты и время на поиск поставщиков качественных комбикормов, что позволяет контролировать содержание питательных веществ в кормах.

Практика показала, что важной задачей по повышению конкурентоспособности производителей продукции птицеводства является формирование механизма интеграции производителей сырья и перерабатывающих предприятий с целью обеспечения потребителей качественной продукцией по доступной цене. Целесообразно рассматривать создание объединения, которое обеспечит формирование цепочки «производство продукции птицеводства – переработка – сбыт».

Нами предлагается механизм интеграции на основе группировки предприятий на двух уровнях. Первый уровень предусматривает проведение совместных хозяйственных операций в направлении обеспечения производственной деятельности с целью снижения производственных затрат, использования качественных и безопасных кормов, уменьшения вредного воздействия отходов на окружающую природную среду, создания производственной инфраструктуры. На втором уровне сотрудничество может осуществляться уже в условиях высвобождения определенных приоритетных сфер деятельности для конкретного предприятия: экспорт продукции, совместная реализационная деятельность, производство органической продукции, гранулированных удобрений и др.

Также нами обоснована эффективность создания совместного предприятия по переработке птичьего помета на гранулированные удобрения. Доход от мероприятия по производству гранулированных удобрений из птичьего помета в сумме 30,25 млн руб., при обычном способе реализации птичьего помета составит 4,33 млн руб., а срок окупаемости -1 год. Кроме экономического эффекта будет получен и социальный эффект от создания дополнительных рабочих мест и уменьшения вреда от обычного внесения на поля помета без обеззараживания.

В птицепродуктовом подкомплексе конкуренция требует от участников эффективного использования ресурсов и повышения качества птицеводческой продукции. При этом сельскохозяйственные предприятия активно участвуют в межрегиональных и международных связях, что свидетельствует о их вовлеченности в процесс. Это усиливает конкуренцию, так как на рынок выходят птицеводческие предприятия из других регионов и стран, что повышает общую эффективность деятельности.

На рынке продукции птицеводства много участников, и в таких условиях ценовая конкуренция становится сложной. Поэтому важными становятся другие факторы, особенно трудовые ресурсы. В то же время квалифицированные специалисты с необходимыми навыками играют ключевую роль в достижении успеха. При этом развитая система аграрного образования и центры подготовки кадров способствуют росту производства птицеводческой продукции и успешной конкуренции.

Конкурентоспособность производства продукции птицеводства определяется различными показателями, отражающими работу соответствующих отраслей и производственных структур. Эти показатели влияют на стабильное развитие и успех в конкурентной борьбе, как на внутреннем, так и на внешнем рынках. Кроме того, оценка конкурентоспособности включает анализ отдельных птицеводческих предприятий и их продукции.

Практика показала, что конкурентоспособность производства продукции птицеводства во многом зависит

от доступных ресурсов. Ранее основными факторами были природные ресурсы, трудовые ресурсы и капитал. Однако с развитием технологий на первый план выходят такие аспекты, как инфраструктура, научные достижения и уровень образования. В то же время ключевую роль в создании конкурентных преимуществ играют специализированные факторы, включая наличие квалифицированных специалистов и специализированной инфраструктуры.

Тем не менее, наличие ресурсов не является достаточным условием для успеха. Важны также высокий спрос на птицеводческую продукцию, требовательные потребители и надежные поставщики. При этом добросовестная конкуренция и четкая стратегия развития птицеводческих предприятий также способствуют повышению их конкурентоспособности.

Кроме того, существует несколько методов конкуренции. Например, можно сосредоточиться на повышении качества птицеводческой продукции, что относится к неценовой конкуренции. Другие методы включают снижение цен для потребителей. Поэтому интегральный подход, учитывающий все конкурентные преимущества птицепродуктового подкомплекса, также важен.

В то же время факторы, влияющие на конкурентную борьбу в птицепродуктовом подкомплексе, включают:

1) **размер рынка**, т.е. большой рынок приводит к более сильной конкуренции;

2) **темп роста рынка**, так как быстрый рост облегчает выход новых птицеводческих предприятий;

3) **мощности**, так как избыточные мощности могут снижать цены на продукцию птицеводства;

4) барьеры для входа и выхода, так как барьеры помогают птицеводческим предприятиям защищать свои рыночные позиции, а их отсутствие открывает двери для неконкурентоспособных новичков;

5) ценовая политика, в результате которой установление цен является ключевым элементом конкурентной борьбы, а эффективная ценовая стратегия может существенно повлиять на успех бизнеса;

6) стандартизация птицеводческой продукции, так как уровень стандартизации влияет на восприятие покупателями преимуществ продукции, а легкость переключения между такой продукции делает стандартизацию особенно важной;

7) мобильные технологические модули, так как внедрение мобильных технологий повышает гибкость и адаптивность птицеводческих предприятий, что критично в условиях динамичного рынка;

8) капитальные вложения, т.е. жесткие требования к размеру капитальных вложений увеличивают риски и создают дополнительные барьеры для входа и выхода;

9) вертикальная интеграция, которая требует значительных инвестиций и может привести к различиям в конкурентоспособности и затратах между интегрированными и неинтегрированными предприятиями;

10) экономия на масштабе, т.е. для достижения конкурентоспособности в птицепродуктовом подкомплексе необходимо увеличить долю рынка;

11) обновление ассортимента, т.е. быстрое обновление продукции является важным фактором для поддержания конкурентоспособности.

Поэтому для создания здоровой конкурентной среды для птицеводческих предприятий необходимо разработать механизм повышения их конкурентоспособности, который включает:

1) хозяйственный механизм, создающий условия для регулирования производства, распределения и потребления;

2) экономический механизм, включающий методы и средства, направленные на увеличение производства и повышение его эффективности. При этом хозяйственный механизм охватывает юридические, политические и морально-этические аспекты.

Выводы

Подводя итоги можно отметить, что в современных условиях конкуренция играет важную роль в рыночной среде. Каждое предприятие отрасли птицеводства стремится достигать конкурентных преимуществ и доминировать в конкурентной борьбе. При этом нами сформированы конкретные факторы конкурентной среды отрасли птицеводства, где значительную роль играет государство

с его функцией содействия экспорту отечественной продукции, регулирования импорта продукции птицеводства, установления организационных регуляторов рынка, учета в законодательстве мировых тенденций развития предпринимательства, в частности поддержка направлений экологизации производства, социальной ответственности, производства органической продукции птицеводства.

Установлено, что отрасль птицеводства монополизирована мощными агрохолдингами, которые в значительной мере влияют на ценовую политику, имеют лучшую материальную базу, ведут эффективную сбытовую политику. Под влиянием этих тенденций малым и средним птицефабрикам трудно противостоять в конкурентной борьбе, однако это побуждает их формировать собственные конкурентные преимущества на уровне конкретной области.

Выяснено, что низкий уровень доходов потребителей и высокий уровень расходов на продукты питания и коммунальные платежи обусловливает покупать продукцию по более низкой цене, соответственно с меньшими затратами времени и энергии на ее приготовление, но в то же время качественную и питательную. Поэтому птицефабрикам необходимо формировать свои конкурентные преимущества в сфере обеспечения широкого ассортимента продукции для потребителей с разным уровнем дохода и потребительскими предпочтениями. Нами определено, что снижение цены на 10% и оптимизация расходов позволит на 6% увеличить объемы реализации продукции населению с низким уровнем дохода.

Библиографический список

1. Абуов С.К., Жолдасова У.Б., Абдреймова В.А.К., Гайбуллаев Р.К.У. Повышение конкурентоспособности производства продукции птицеводства // In Situ. 2024. № 5. С. 134-136.

2. Алибаева Ж.Н. Повышение конкурентоспособности продукции птицеводства // Вестник КазЭУ. 2010. № 6 (78). С. 101-106.

3. Боровских Н.В. Конкурентная среда деятельности птицеводческих предприятий региона: анализ и разработка стратегии адаптации // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2024. № 3 (106). С. 243-252.

4. Винничек Л.Б., Агнаева И.Ю. Повышение эффективности функционирования птицеводства в России посредством совершенствования организационно-экономического механизма // Теория и практика мировой науки. 2021. № 4. С. 32-37.

5. Гергерт Т.В., Бобровская Е.В. Конкурентоспособность предприятий отрасли птицеводства в Омском регионе // Актуальные вопросы современной экономики. 2023. № 10. С. 9-15.

6. Говдя В.В., Дегальцева Ж.В., Кругляк З.И., Конюшенко Т.А. Роль учетной информации в повышении эффективности производства продукции птицеводства // Вестник Академии знаний. 2024. № 2 (61). С. 129-133.

7. Зарук Н.Ф., Лапина М.А. Совершенствование организационно-экономического механизма инвестиционной деятельности через птицеводческий агроинновационный кластер // Никоновские чтения. 2010. № 15. С. 123-125.

8. Иголкина Т.Н., Безуглова Ю.В., Семененко К.С. Направления повышения экономической устойчивости и конкурентоспособности предприятий, функционирующих на рынке мяса птицы и продуктов его переработки // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2023. № 5 (102). С. 84-95.

9. Маслова В.В. О перспективах развития экспорта отечественной продукции птицеводства и свиноводства // Экономика, труд, управление в сельском хозяйстве. 2022. № 10 (92). С. 31-39.

10. Пашовкина Е.В. Комплексная система управления качеством продукции птицеводства // Формула менеджмента. 2023. № 1 (16). С. 30-34.

11. Попов А.Ю. Развитие отрасли птицеводства в контексте новых геополитических условий // Social Phenomena and Processes. 2023. № 1. С. 78-87.

12. Смыков Р.А., Машкова А.А. Современное состояние и основные направления повышения конкурентоспособности продукции птицеводства в России // Наука и Образование. 2023. Т. 6. № 2.