

ПТИЦЕПРОДУКТОВЫЙ ПОДКОМПЛЕКС: ВОЗМОЖНОСТИ МЕЖРЕГИОНАЛЬНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В УСЛОВИЯХ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ

А. Л. ПУСТУЕВ,

доктор экономических наук, профессор,

И. С. КОНДРАТЕНКО,

аспирант, Уральский государственный аграрный университет

(620075, г. Екатеринбург, ул. К. Либкнехта, д. 42),

А. А. ПУСТУЕВ,

кандидат экономических наук, доцент, Уральский государственный юридический университет

(620137, г. Екатеринбург, ул. Комсомольская, д. 23; тел.: +7 343 374-30-08; e-mail: apustuev@mail.ru)

Ключевые слова: птицепродуктовый подкомплекс, зернопроизводители, комбикормовые заводы, птицеводческие организации, конкуренция, конкурентное сотрудничество, интеграционные связи.

Птицепродуктовый подкомплекс (ППП) относится к отрасли-мультипликатору в сфере агропромышленного комплекса. В Концепции развития отрасли птицеводства Российской Федерации на период 2013–2020 гг. указывается, что наращивание объемов производства будет осуществляться в кооперации птицеводческих организаций с фермерскими и личными хозяйствами, а также при обеспечении оптимальной структуры развития производства зерна и зернобобовых для полного удовлетворения птицеводческих организаций в сбалансированных кормах. В связи с этим может возникнуть проблема на рынке зерна, связанная с ценовыми отношениями из-за несоблюдения экономических интересов зернопроизводителей, комбикормовых заводов и птицеводческих организаций. Неотрегулированность интеграционных связей между «тройкой» приводит к росту их производственных затрат и снижению конкурентоспособности на рынке зерна, комбикормов и птицепродукции. Для решения этих задач в Концепции предусматривается к 2020 г. создание инфраструктуры специализированных оптовых продовольственных рынков птицеводческой продукции с выделением земельных участков для их размещения и развития торговой деятельности, регулирования рынка птицепродукции. К сожалению, конкурентная борьба на рынке птицепродукции происходит не между кооперативными, частными и государственными оптово-розничными системами, с абсолютным преобладанием частных, а между субъектами РФ. Конкуренция — это сотрудничество, конкурентное взаимодействие регионов, свободное предпринимательство, агробизнес или, все же, система, нацеленная на удовлетворение продовольственного обеспечения удаленных от «центра» субъектных формирований России? В современных условиях рыночное поведение многих компаний все более стало использовать преимущества конкурентного сотрудничества, вместо «антагонистического соперничества», противостояние глобализации переходом на кооперативные формы взаимодействия как на процесс, получивший название «одомашнивание рынка», как на синтез конкуренции и сотрудничества. Сближение организационно-экономических, технико-технологических и информационно-инновационных интересов организаций ППП позволит снизить остроту конкурентных противостояний на рынке продукции и укрепить конкурентоспособность внутреннего продовольственного рынка.

POULTRY PRODUCTS SUBCOMPLEX: POSSIBILITIES OF INTERREGIONAL COOPERATION IN TERMS OF IMPORT

A. L. PUSTUYEV,

doctor of economic sciences, professor,

I. S. KONDRATENKO,

graduate student, Ural State Agrarian University

(42 K. Liebknechta Str., 620075, Ekaterinburg),

A. A. PUSTUYEV,

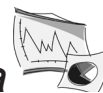
candidate of economic sciences, associate professor, Ural State Law University

(23 Komsomolskaya Str., 620137, Ekaterinburg; tel.: +7 343 374-30-08; e-mail: apustuev@mail.ru)

Keywords: poultry products, grain producers, feed mills, poultry organizations, competition, competitive cooperation, integration.

The poultry products subcomplex (PPS) refers to industry-multiplier in the field of agriculture. The concept of development of the poultry industry of the Russian Federation for the period 2013–2020 states that the capacity of production will be carried out in cooperation with organizations of the poultry farms and private farms, as well as ensuring the optimal structure of the production development of grain and bean for full satisfaction of the poultry farms in balanced feed. In this regard, it may be a problem on the grain market, associated with price relationship from non-compliance with the economic interests of grain producers, feed mills and poultry farms. The lack of regulation of integration between the three leads to higher production costs and loss of competitiveness in the grain market, fodder and poultry products. To solve these problems in the Concept envisaged by 2020, the creation of infrastructure specialized wholesale food markets of poultry production with the allocation of land for their placement and development of commercial activities, the regulation of the market of poultry products. Unfortunately, competition in the market of poultry products is not between cooperative, private and public retail and wholesale systems, with the absolute predominance of private, and between the subjects of the Russian Federation. Competition is cooperation, competitive cooperation between the regions, free enterprise, agribusiness or system, aimed at meeting the food supply of remote from the “center” of the subjective forces of Russia? In the context of market behavior, many companies increasingly began to use the advantages of competitive cooperation, instead of “antagonistic rivalry”, the confrontation of globalization, the transition to cooperative forms of interaction as a process called “domestication of the market” as a synthesis of competition and cooperation. The convergence of organizational and economic, technical-technological and innovative interests of the organizations PPS will reduce the severity of the competitive confrontation in the market of the products and strengthen the competitiveness of the domestic food market.

Положительная рецензия представлена И. В. Разорвиным, доктором экономических наук, профессором Уральского института управления — филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации.



Решение проблемы импортозамещения вызывает необходимость развития всех отраслей и организаций сфер АПК и особенно отраслей-мультипликаторов, к которым относится птицепродуктовый подкомплекс (ППП).

Если обратиться к программным документам, относящимся к развитию отрасли птицеводства, то в них изложены довольно оптимистические прогнозы решения поставленных целевых установок. Они подтверждаются имеющимися статистическими данными, положительная динамика которых позволяет достичь прогнозных результатов.

В Концепции развития отрасли птицеводства Российской Федерации на период 2013–2020 гг. намечены следующие направления: 1) реконструкция и модернизация имеющихся мощностей на основе внедрения достижений НТП, включая развитие высокотехнологичных производств; 2) строительство новых производственных объектов [1].

В концепции указывается, что наращивание объемов производства будет осуществляться в кооперации птицеводческих организаций с фермерскими и личными хозяйствами, что позволит снизить затраты и повысить качество производимой продукции [1].

Для этого одной из задач Концепции прописано обеспечение оптимальной структуры развития производства зерна и зернобобовых для полного удовлетворения птицеводческих организаций в сбалансированных кормах. Выход на проектный уровень (к 2020 г.), когда производство куриных яиц в стране достигнет 50 млрд шт., а мяса птицы — 4,5 млн т, потребует 16,1 млн т зерна [2].

В связи с этим может возникнуть проблема на рынке зерна, связанная с ценовыми отношениями из-за несоблюдения экономических интересов зернопроизводителей, комбикормовых заводов и птицеводческих организаций. Такая ситуация возникла, например, в Свердловской области, когда ее сельхозпредприятия отказались продавать комбикормовым заводам свое зерно по заниженным ценам. Тогда комбикормопроизводители закупили его в Курганской и Оренбургской областях, ущемив интересы сельских хозяйств своей же области.

Неотрегулированность интеграционных связей между «тройкой» приводит, в конечном счете, к росту их производственных затрат и снижению конкурентоспособности на рынке зерна, комбикормов и птицепродукции. Птицефабрики увеличивают собственное производство зерна и комбикормов, а сельскохозяйственные предприятия строят свои мини «комбикормушки».

В Концепции предусматривается к 2020 г. создание инфраструктуры специализированных оптовых продовольственных рынков птицеводческой продукции с выделением земельных участков для

их размещения и развития торговой деятельности, регулирования рынка птицепродукции [1]. К сожалению, превратить эти планы в реальность сейчас уже невозможно, что подтверждается инерционным вариантом «развития» продовольственного рынка в стране. В нем пока нет места для кооперативной оптово-розничной системы, почти вся птицепродукция проходит через крупные торговые сети, что не отвечает экономическим интересам отечественных производителей птицепродукции. Пока только идет развитие крупных частных оптовых продовольственных рынков, к режиму работы которых вынуждены приспособляться отечественные сельхозтоваропроизводители. То есть, конкурентная борьба на рынке птицепродукции происходит не между кооперативными, частными и государственными оптово-розничными системами, с абсолютным преобладанием частных, а между субъектами РФ.

Если в среднем на каждый из 17-ти субъектов Центрального федерального округа, доля которого на рынке мяса птицы в стране составляет 34 %, приходится около 102 тыс. т, то на птицефабрики Сибирского федерального округа (доля рынка 8,8 %) — только 37,5 тыс. т, Дальневосточного федерального округа (доля рынка 1,3 %) — 7,3 тыс. т (табл. 1). Для этих регионов характерна и малая мощность птицефабрик. Так, например, почти половина таких организаций Сибирского и Дальневосточного регионов имеют годовую мощность до 30 тыс. т мяса птицы. У «дальневосточников» самая низкая самообеспеченность данной продукцией, что не согласуется с доктриной импортозамещения, тем более что в России преобладают маломощные птицефабрики мясной специализации.

Сложилось неэквивалентное ценовое взаимодействие на данном рынке между птицефабриками «европейской» и «азиатской» части страны. Субъекты первой, входящие в Центральный, Северо-западный, Южный, Северо-Кавказский и Приволжский федеральные округа, производят 3 млн т мяса птицы, а субъекты «азиатской» части (Уральский, Сибирский и Дальневосточный федеральные округа) — только 1 млн т данной продукции. Даже если учесть более высокую плотность населения «европейской» стороны, значительная часть мяса птицы поступает в уральско-азиатско-дальневосточные территории, создавая невыгодную для их птицефабрик конкурентную среду.

Благо это или зло? Конкуренция — это сотрудничество, конкурентное взаимодействие регионов, свободное предпринимательство, агробизнес или, все же, система, нацеленная на удовлетворение продовольственного обеспечения удаленных от «центра» субъектных формирований России? Кто в выигрыше, точнее — в большей полезности?

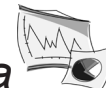


Таблица 1
Группировка субъектов РФ по производству мяса птицы¹
Table 1

Grouping of constituent entities of the Russian Federation for the production of poultry meat¹

Федеральный округ <i>Federal region</i>	Количество субъектов <i>Amounting of the subjects</i>	Годовой объем производства, тыс. т <i>Annual output, thousand t</i>		Доля рынка, % <i>Market share, %</i>	Количество субъектов с мощностью птицефабрики, тыс. т/год <i>The number of subjects with the capacity of the poultry farm, thousand t/year</i>					
		Всего на регион <i>Only on region</i>	В среднем на 1 субъект <i>On average 1 subject</i>		До 30 <i>To 30</i>	Доля, % <i>Share, %</i>	От 31 до 50 <i>From 31 to 50</i>	Доля, % <i>Share, %</i>	Более 50 <i>More than 50</i>	Доля, % <i>Share, %</i>
Центральный ФО <i>Central</i>	17	1733	101,9	34,0	5	29,4	4	23,5	8	47,1
Северо-Западный ФО <i>Northwest</i>	9	546	60,6	10,7	5	55,5	2	22,2	2	22,1
Южный ФО <i>South</i>	6	596	99,3	11,7	2	33,4	1	16,6	3	50
Северо-Кавказский ФО <i>North Caucasus</i>	7	260	37,1	5,1	4	57,1	2	28,6	1	14,3
Приволжский ФО <i>Privolzhsky</i>	14	1070	76,4	20,9	2	14,3	5	35,7	7	50
Уральский ФО <i>Ural</i>	4	385	96,2	7,5	1	25	1	25	2	50
Сибирский ФО <i>Siberian</i>	12	450	37,5	8,8	5	41,7	3	25	4	33,3
Дальневосточный ФО <i>Far East</i>	8	66	7,3	1,3	9	100	–	–	–	–

Примечание: ¹ Рассчитано автором на основе [1].

² Субъектов 9, из которых в одном (Магаданской области) мясо птицы не производится.

Note: ¹ Calculated by the author based on [1].

² 9 subjects, of which one (the Magadan region) poultry meat is not producing.

В современных условиях рыночное поведение многих компаний все более стало использовать преимущества конкурентного сотрудничества, вместо «антагонистического соперничества» [3], противостояние глобализации переходом на кооперативные формы взаимодействия [4, 5] как на процесс, получивший название «одомашнивание рынка» [7], как на синтез конкуренции и сотрудничества.

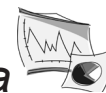
В рамках такого подхода межрегиональное взаимодействие на рынке птицепродукции может осуществляться более ускоренно только на основе социальной ответственности бизнеса.

Это связано не только непосредственно с производственно-сбытовой деятельностью при достижении определенной договоренности птицеорганизаций разных территориальных уровней по ценам и объемам птицепродукции, но и с уровнем жизни населения удаленных территорий.

В настоящее время такого межтерриториального взаимодействия на уровне продовольственного рынка пока еще в стране не существует, поскольку для этого нет соответствующих условий, важнейшими из которых является уровень финансовой устойчивости птицеводческих организаций, включая сюда и агро-

корпорации холдингового типа [10]. Причем отмечается широкий разброс данного показателя по птицефабрикам страны, с преобладанием низкорентабельных и с интенсивным наращиванием концентрации капитала в крупных агрохолдинговых структурах.

Так, например, агрохолдинг «БЭЗРК», специализирующийся на производстве мяса птицы, свинины, говядины и разнообразной мясопродукции, молока, зерна и комбикормов, имеет десятки региональных отделов, расположенных в 35 субъектах РФ. Агрохолдинг имеет современные производства по забою и глубокой переработке птицы общей мощностью 24 тысячи голов в час, что составляет 5,4 % от общероссийского рынка данной продукции [6]. Если учесть, что названный агрохолдинг занимает лишь третье место в России по производству данной продукции, то можно представить долю рынка крупнейших агрохолдингов, владеющих не только земельными, трудовыми и другими ресурсами, но сельскими территориями, социальная инфраструктура которых, как правило, на балансе данных организаций не значится и ими не содержится. В России от этого пострадало немало сельских поселений, расположенных на территории владений агрохолдингов. В таких условиях



сложно утверждать о социальной ответственности бизнеса, как и о соблюдении этики деловых отношений в неравной конкурентной среде.

Находясь в тисках более чем «тройной» конкуренции на рынках разных территориальных уровней: внутрисубъектном (областном), внутрифедеральном, межрегиональном (между федеральными округами) и «импортом» (с зарубежной птицепродукцией), часть птицефабрик испытывает затруднения с реализацией продукции и уходит с рынка.

Поэтому возникает острая необходимость в совершенствовании механизма межрегионального торгово-экономического взаимодействия птицеводческих организаций, зернопроизводящих сельских хозяйств и комбикормовых заводов. Разумеется, в механизме сотрудничества должны быть агрохолдинги и крупные торговые сети. Однако их современное благополучие, укрепляемое монопольно-олигопольным положением на продовольственном рынке, не затрагивает интеграционные интересы олигархов.

Ссылаясь на международный опыт и высказывания известного в мире экономиста М. Портера, отметим, что во многих отраслях укрепление конкурентных позиций участников рынка осуществляется за счет действий «правильных» конкурентов. К ним относятся те, которые укрепляют конкурентные позиции фирм, защищая их от проникновения на рынок новых конкурентов, снижают риск антимонопольных мер, активизируют мотивационный процесс со

стороны покупателей, укрепляют имидж отрасли, обеспечивая в ней устойчивое равновесие [7, 8]. Конкурентная борьба на рынке постепенно уступает место различным формам сотрудничества и партнерства, смыкаясь с кооперацией и опираясь на систему контракций [9].

На уровне птицепродуктового подкомплекса (ППП) пока отсутствуют устойчивые кооперационно-интеграционные связи, ограничиваясь присутствием частно-государственного сочетания собственности и созданием Союза птицеводов, как некоммерческой организации. Союз, состоящий из представителей от птицефабрик, решает проблемы, касающиеся инновационного развития, маркетинга и мониторинга и различного рода организационные вопросы (обмен информацией и опытом, заключение соглашений с торговыми структурами и другие), не касаясь механизма ценообразования и объемов производства птицепродукции.

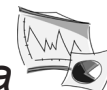
Сближение организационно-экономических, технико-технологических и информационно-инновационных интересов организаций ППП позволит снизить остроту конкурентных противостояний на рынке продукции и укрепить конкурентоспособность внутреннего продовольственного рынка. Для этого, прежде всего, необходимо разработать механизм перехода организаций ППП на кооперационно-интеграционные связи, а в дальнейшем — на формы кластерной интеграции.

Литература

1. Концепция развития птицеводства Российской Федерации на период 2013–2020 гг. М. : МСХ РФ, 2012. С. 56.
2. Итоги работы птицеводческих предприятий за 2015 и 2016 гг. Екатеринбург : Отдел птицеводства и комбикормовой промышленности Министерства АПК и продовольствия Свердловской области, 2017. С. 11.
3. Хмелькова Н. В. О конкуренции к со-конкуренции: новая логика конкурентного сотрудничества // Журнал экономической теории. 2012. № 1. С. 145–155.
4. Третьяк О. А. Сетевые формы межфирменной кооперации: подходы к объяснению феномена // Российский журнал менеджмента. 2013. Т. 1. № 2. С. 25–50.
5. Третьяк О. А. Историческая эволюция и новые ориентиры развития маркетинга // Российский экономический журнал. 2011. № 2. С. 59–67.
6. Рущицкая О. А., Пустуев А. Л., Рущицкая О. Е. Механизм агромаркетинга сельскохозяйственной продукции. Екатеринбург : Издат. дом Уральского ГАУ, 2016. 160 с.
7. Портер М. Конкурентное преимущество. М. : Альпина Бизнес Букс, 2012. 306 с.
8. Важенин С. Г., Сухих В. В. Концептуальные ориентиры конкурентного сотрудничества в экономике // Журнал экономической теории. 2015. № 1. С. 133–139.
9. Рубин Ю. Б. Дискуссионные вопросы своевременной теории конкуренции // Современная конкуренция. 2013. № 3. С. 13–17.
10. Чупина И. П., Пустуев А. Л., Логинова С. Л. Экономика и управление в агропромышленном комплексе в современных условиях хозяйствования. Екатеринбург : Ажур, 2017. 200 с.

References

1. The concept of development of poultry farming of the Russian Federation for the period 2013–2020 years. М. : Ministry of Agriculture of the Russian Federation, 2012. P. 56.



2. The results of the work of poultry farms for 2015 and 2016. Ekaterinburg : Department of Poultry and Animal Feed Industry of the Ministry of Agriculture and Food of Sverdlovsk Region, 2017. P. 11.
3. Chmelikova N. V. From competition to co-competition: the new logic of competitive cooperation // Journal of Economic Theory. 2012. No. 1. P. 145–155.
4. Tretyak O. A. Network forms of inter-firm cooperation: approaches to explanation of the phenomenon // Russian Management Journal. 2013. Vol. 1. No. 2. P. 25–50.
5. Tretyak O. A. Historical evolution and new directions of marketing development // Russian Economic Journal. 2011. No. 2. P. 59–67.
6. Rushchitskaya O. A., Pustuev A. L., Rushchitskaya O. E. Mechanism of agromarketing agricultural products. Ekaterinburg : Publishing House of the Ural State Agrarian University, 2016. 160 p.
7. Porter M. Competitive advantage. M. : Alpina Business Books, 2012. 306 p.
8. Vazhenin S. G., Sukhikh V. V. Conceptual guidelines for competitive cooperation in the economy // Journal of Economic Theory. 2015. No. 1. P. 133–139.
9. Rubin Y. B. Discussion questions a timely theory of competition // Modern Competition. 2013. No. 3. P. 13–18.
10. Chupina I. P., Pustuev A. L., Loginova S. L. Economics and management in agroindustrial complex in modern conditions of managing. Ekaterinburg : Azhur, 2017. 200 p.