

СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫЕ НАУКИ

Научная статья
УДК 339.137.22
<https://agroconf.sgau.ru>

Исследование конкурентных возможностей продукции ООО «Заволжская птицефабрика» на потребительском рынке Саратовской области

А.К. Мраморнов, Д.С. Софронов, П.В. Норкин, С.А. Богатырев

Саратовский государственный университет генетики, биотехнологии
и инженерии имени Н.И. Вавилова, г. Саратов, Россия.

Аннотация. В данной статье рассмотрены конкурентные возможности предприятия по производству яичной продукции. Отражены изменения в данной сфере в современных условиях. Проведен анализ деятельности предприятий за 2022-2023 г. Выявлены основные недостатки и преимущества системы в работе производителей яичной продукции. Сформулированы приоритетные действия в направлении модернизации предприятия в рамках подготовки к внедрению системы менеджмента качества. Даны предложения по выработке активной маркетинговой политики по продвижению яичной продукции.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, производственное предприятие, яичная продукция

Для цитирования: Мраморнов А.К., Софронов Д.С., Норкин П.В., Богатырев С.А. Исследование конкурентных возможностей продукции ООО «Заволжская птицефабрика» на потребительском рынке Саратовской области // Аграрные конференции. 2024. № 43(1). С. 59-63. <http://agroconf.sgau.ru>

AGRICULTURAL SCIENCES

Original article

Research of competitive opportunities products of the limited liability company "Zavolzhskaya poultry farm" on consumer market of the Saratov region

A.K. Mramornov, D.S. Sofronov, P.V. Norkin, S.A. Bogatyrev

Saratov State University of genetics, biotechnology and engineering
named after N.I. Vavilov, Saratov, Russia

Abstract. This article discusses the competitive capabilities of the enterprise for the production of egg products. Changes in this area in modern conditions are reflected. An analysis of the activities of enterprises for 2022-2023 was carried out. The main disadvantages and advantages of the system in the work of egg producers are revealed. Priority actions are formulated in the direction of modernization of the enterprise in preparation for the implementation of the quality management system. Suggestions are given for the development of an active marketing policy for the promotion of egg products.

Keywords: competition, competitiveness, manufacturing enterprise, egg products

For citation: Mramornov A.K., Sofronov D.S., Norkin P.V., Bogatyrev S.A. Research of competitive opportunities products of the limited liability company "Zavolzhskaya poultry farm" on consumer market of the Saratov region // Agrarian Conferences, 2024; (43(1)): 59-63 (InRuss.). <http://agroconf.sgau.ru>

Введение. Для успеха продукции на рынке сбыта необходимо, прежде всего, выявить основных конкурентов, оценить применяемую ими тактику поведения на рынке, следить за ее изменениями. На основе проводимого регулярно анализа поведения конкурентов также следует корректировать сочетание различных факторов конкурентоспособности продукции. При этом нужно отметить, что активная позиция конкурентов ведет к снижению конкурентоспособности продукции и наоборот.

Рассматриваемые в работе факторы представляют собой систему, обеспечивающую конкурентоспособность продукции. Значение каждого отдельного фактора различно в зависимости от рынка сбыта, характера конкуренции, стадии жизненного цикла продукции. При этом следует отметить наличие определенного синергического эффекта взаимовлияния рассматриваемых факторов. Оказывая влияние на конкурентоспособность продукции, факторы приводят к изменению друг друга.

Для птицефабрик важно найти оптимальное соотношение факторов конкурентоспособности яичной продукции, ориентируя это соотношение на определенную группу потребителей целевого рынка. Комплексное их применение обеспечит эффективность производства и конкурентоспособность яичной продукции.

Материалы и методы. В работе исследование осуществлялось на основе применения общенаучных методов в рамках сравнительного, логического и статистического анализа, а также посредством анализа динамики, графической интерпретации, методов экономического анализа и прогнозирования.

Результаты исследований. Рынок яйца Саратовской области функционирует за счет следующих составляющих:

- реализации продукции 10 региональных птицефабрик яичного назначения;
- яичных подсобных хозяйств;
- фермерских хозяйств;
- сельскохозяйственных производственных кооперативов

- завоза яиц из других регионов страны.

ООО «Заволжская птицефабрика» находится в г. Красный Кут» в 140 км от г. Саратова, входит в агрохолдинг «Саратов-Птица», является птицеводческим хозяйством по производству инкубационного бройлерного яйца.

В настоящее время производственный комплекс фабрики рассчитан на единовременное содержание промышленного поголовья птицы в количестве 60 тыс. голов. Ассортиментный перечень производимой продукции: яйцо бройлерное инкубационное, яйцо куриное товарное, мясо курицы, куриные полуфабрикаты, колбасные изделия. Выручка в 2022 году составила 216 млн. руб.

Для ООО "Заволжская птицефабрика" реальными рынками сбыта являются Энгельсский, Краснокутский, Ровенский, Советский, Федоровский, Питерский районы, где птицефабрика занимает одно из приоритетных положений. Жители этих районов покупают около 270 яиц в год на душу населения, что близко к физиологической норме. Спрос в районных центрах обусловлен более высокими доходами населения. Спрос покрывается также ввозом яиц из других регионов страны, что может быть предметом экспансии птицефабрик на рынке сбыта.

По данным Министерства сельского хозяйства Саратовской области на протяжении 2022 и 2023 годов цены на яйцо в Саратовской области поддерживались приблизительно на 20 % ниже, чем цены в других, близлежащих регионах. Видимо, ценовая разница может сохраниться и на последующий период. Это обстоятельство говорит о возможности расширения рынка сбыта продукции птицефабрики за пределами Саратовской области. По доле продаж на рынке Саратовской области ООО "Заволжская птицефабрика" занимает доминирующее положение в Левобережье Саратовской области среди конкурентов. Вместе с тем птицефабрики Пермской области "Чайковская" и "Комсомолец" (реализующие соответственно 140 и 190 млн. шт. яиц в год); Свердловской и Екатеринбургской областей (265 млн. шт. в год); птицефабрика "Боровская" г. Тюмень (648 млн. шт. в год) уже сейчас занимают значительную долю на рынке Саратовской области, имеют все возможности в ближайшее время серьезно потеснить ООО «Заволжская птицефабрика» на рынке яйца.

Анализ данных расчета комплексных показателей уровня конкурентоспособности показывает, что явные преимущества по эффективности производства имеют птицефабрики: "Боровская" г. Тюмень, "Свердловская" г. Екатеринбург, "Чайковская" и "Комсомолец" Пермской области, сельскохозяйственный производственный кооператив Ширяева Г.И. Воронежской области, в меньшей степени ООО «Балаковская птицефабрика», АО "Лысогорская птицефабрика", АО «Симоновская птицефабрика», ООО «Покровская птицефабрика», птицефабрика яичного направления ИП Стройков С.П., Аткарская птицефабрика, КХ «Возрождение», ООО «Дар-птица», ООО «Дергачи птица» Саратовской области. Все вышеперечисленные птицефабрики провели техническое перевооружение или модернизацию активной части

производственных фондов. Птицефабрика "Боровская", а также птицефабрики Пермской области внедрили системы менеджмента качества, при этом эти предприятия имеют преимущественные конкурентные возможности и по объемам производства.

Учитывая явные преимущественные показатели внешних конкурентов по эффективности и объемам производства, в ближайшей перспективе возможно частичное вытеснение продукции ООО «Заволжская птицефабрика» с потребительского рынка Саратовской области.

Прогноз основных событий на рынке яйца Саратовской области может выглядеть следующим образом:

✓ последующие 2 года (2024-2025) свободная ниша рынка яйца будет заполняться, с одной стороны, за счет увеличения объемов производства региональных птицефабрик (среднегодовой рост объемов производства – 11 %; среднегодовой прирост спроса – 5 %); с другой стороны, за счет увеличения завоза яйца из других регионов (среднегодовое увеличение ввоза – 11 %);

✓ учитывая ограниченные возможности развития региональных птицефабрик (отсутствие инвестиций в техническое перевооружение и модернизацию), значительное отставание по показателям эффективности производства, дальнейший период будет характеризоваться процессом вытеснения яичной продукции региональных птицефабрик с рынка яйца Саратовской области за счет завоза яйца из других регионов.

Отраслевые потери в связи с этими событиями оцениваются следующим образом:

- снижение объемов производства продукции местных производителей – 5 % в год;
- увеличение объемов завозной яичной продукции – 14 % в год;
- снижение занятости – 6 % в год.

Заключение. Для удержания и расширения рынка сбыта маркетинговая стратегия птицефабрики должна быть направлена:

- на разработку и осуществление программы модернизации предприятия в рамках подготовки к внедрению системы менеджмента качества.

Приоритетными действиями в этом направлении должно быть:

- улучшение деятельности в сфере управления;
- повышение качества и безопасности яйца за счет разработки и внедрения международных стандартов ИСО 9001 – 2000 и системы ХАССП;
- проведение мониторинга персонала, выработка мероприятий по оптимальному его вовлечению в деятельность предприятия;
- техническое перевооружение или модернизация активной части основных фондов.

На выработку активной маркетинговой политики по созданию и продвижению продукции необходимо:

- создание и активное рекламирование собственного бренда;
- продвижение продукции на рынке соседних регионов с благоприятной ценовой конъюнктурой.

Список литературы

1. Управление конкурентоспособностью: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / под редакцией Е. А. Горбашко, И. А. Максимцева. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 447 с.
2. Приходько К.С., Козловская С.А. Формирование долговременных устойчивых конкурентных преимуществ и их экономическое обоснование // Финансовая экономика. – 2019. – № 5. – С. 812-815.
3. Богатырев С.А., Петров К.А. Консалтинговые предложения по повышению конкурентоспособности продукции АПК // Современные проблемы товароведения, экономики и индустрии питания: сб. ст. по итогам I заочной Междунар. науч.-практ. конф. / Саратовский социально-экономический институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова. Саратов, 2016. – С. 42-44.

References

1. Competitiveness management: textbook and workshop for undergraduate and graduate studies / edited by E. A. Gorbashko, I. A. Maksimtsev. – M.: Yurayt Publishing House, 2019. – 447 p.
2. Prikhodko K.S., Kozlovskaya S.A. Formation of long-term sustainable competitive advantages and their economic development // Financial Economics. – 2019. – No. 5. – pp. 812-815.
3. Bogatyrev S.A., Petrov K.A. Consulting proposals for increasing the competitiveness of agricultural products // Modern problems of commodity science, economics and food industry: collection of articles based on the results of the I correspondence International Scientific and Practical Conference / Saratov Socio-economic institute (branch) Plekhanov Russian University of Economics. Saratov, 2016. – pp. 42-44.

Статья поступила в редакцию 16.01.2024; одобрена после рецензирования 23.01.2024; принята к публикации 29.01.2024.

The article was submitted 16.01.2024; approved after reviewing 23.01.2024; accepted for publication 29.01.2024.