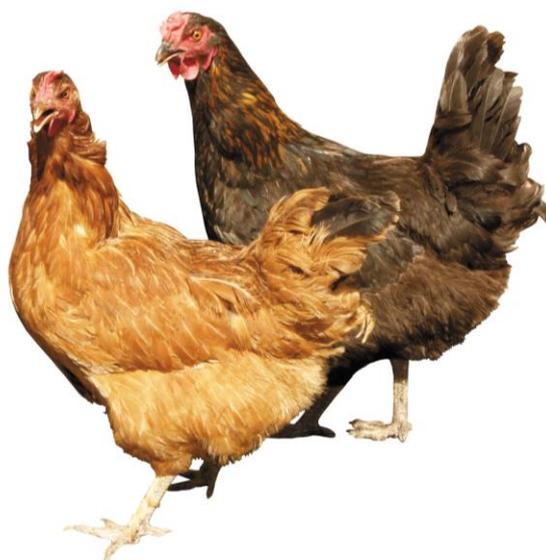


МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФГБОУ ВПО «Брянская ГСХА»

Кузьмицкая А.А., Кислова Е.Н., Кислов Н.А.

ЭКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ ПТИЦЕВОДСТВА



БРЯНСК – 2012

УДК 338.43:631.15:636.5 (035.3)
ББК 65.325.2:46.8
К 89

Кузьмицкая А.А. Экономика и организация птицеводства: монография / А.А. Кузьмицкая, Е.Н. Кислова, Н.А. Кислов.- Брянск: издательство Брянской ГСХА, 2012. – 348 с.

ISBN 978-5-88517-208-0

В книге рассматриваются вопросы экономики и организации отрасли птицеводства, как одной из скороспелых и высокодоходных отраслей животноводства. В частности рассмотрены теоретические основы экономики и организации отрасли, современное состояние рынка продукции птицеводства, эффективность отрасли и её роль в повышении вопроса национальной продовольственной безопасности. Большое внимание уделено основным направлениям повышения эффективности птицеводства, наиболее отвечающим новым экономическим условиям функционирования аграрного сектора России.

Книга предназначена для научных работников, преподавателей и студентов высших учебных заведений, руководителей и специалистов сельского хозяйства, органов управления АПК.

Рецензенты:

д.э.н., профессор, зав. кафедрой управления Брянского государственного университета им. И.Г. Петровского **Н.М. Горбов**,

д.э.н., профессор кафедры информационных систем и технологий Брянской государственной сельскохозяйственной академии **М.В. Ожерельева**.

Рекомендована к изданию методической комиссией экономического факультета Брянской государственной сельскохозяйственной академии, протокол № 8 от 27 апреля 2011 г.

ISBN 978-5-88517-208-0

© ФГБОУ ВПО «Брянская ГСХА», 2012

© Кузьмицкая А.А., 2012

© Кислова Е.Н., 2012

© Кислов Н.А., 2012

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	5
1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ И ОРГАНИЗАЦИИ ОТРАСЛИ ПТИЦЕВОДСТВА.....	7
1.1. Развитие отрасли и межотраслевое взаимодействие при производстве продукции птицеводства.....	7
1.2. Теоретические основы интеграции и кооперации.....	25
1.3. Проблемы организации эффективного функционирования промышленного птицеводства.....	40
2. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РЫНКА ПРОДУКЦИИ ПТИЦЕВОДСТВА, ЭФФЕКТИВНОСТЬ ОТРАСЛИ И ЕЁ РОЛЬ В РЕШЕНИИ ВОПРОСА НАЦИОНАЛЬНОЙ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ.....	48
2.1. Рынок продукции птицеводства в России и зарубежных странах.....	48
2.2. Характеристика отрасли и рынка продукции птицеводства Брянской области.....	69
2.3. Анализ организационно-экономической деятельности хозяйствующих субъектов отрасли птицеводства и резервы их развития.....	77
2.3.1. Организация производства и сбыта продукции в птицеводческих предприятиях.....	77
2.3.2. Организация производства и сбыта продукции птицеводства в личных подсобных хозяйствах.....	96
2.3.3. Организация фирменной торговли как фактора повышения эффективности птицеводства.....	125
2.4. Роль отрасли птицеводства в решении проблемы национальной продовольственной безопасности.....	135
3. ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПТИЦЕВОДСТВА.....	148
3.1. Прогнозирование производства продукции птицеводства как основа научного управления отраслью.....	148
3.2. Организация интегрированных формирований на базе птицеводческих предприятий.....	162
3.3. Развитие новых подотраслей птицеводства.....	196
3.3.1. Гусеводство – стратегическое направление развития животноводства сектора личных подсобных хозяйств	

населения.	
Инвестиционный проект “Гуси”	211
3.4. Совершенствование внутрихозяйственных отношений..	232
3.5. Развитие системы маркетингового управления.....	241
3.6. Развитие инновационно - инвестиционной деятельности в отрасли птицеводства.....	253
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	277
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	282
ПРИЛОЖЕНИЯ	302

ВВЕДЕНИЕ

Решение вопроса продовольственной безопасности страны в значительной степени определяется уровнем развития животноводства и, в основном, птицеводства. Во всех странах мира птицеводство развивается очень быстрыми темпами, что обусловлено спецификой этой отрасли: она одна из самых скороспелых отраслей животноводства; в наибольшей степени по сравнению с другими животноводческими отраслями, обладает возможностями индустриализации; характеризуется быстрыми темпами воспроизводства поголовья, его высокой продуктивностью и жизнеспособностью. Комплекс специфических особенностей обеспечивает этой отрасли высокую экономическую эффективность.

Системный кризис в России привел к резкому снижению уровня сельскохозяйственного производства и, в частности, птицеводства. Отсутствие научно обоснованного, комплексного государственного регулирования позволило конкурентам других стран, применившим демпинговый пресс, подавить производственную деятельность многих птицеводческих предприятий.

После принятия Федерального национального проекта “Развитие АПК” создаются благоприятные условия для восстановления и интенсивного развития отечественного сельскохозяйственного производства, и, в первую очередь, птицеводства, как наиболее “отзывчивого” на инвестиции. В этой связи основной задачей научного обеспечения является обобщение производственно-экономического опыта ведения отрасли, а так же современной организации производства и реализации продукции птицеводства в России и за рубежом на базе научных основ экономики и организации отрасли птицеводства.

В книге коллектива авторов представлены исследования теоретических основ экономики и организации отрасли птицеводства, многоцелевой анализ рынка продукции птицеводства, деятельности хозяйствующих субъектов, организации агропромышленного производства и фирменной торговли в отрасли. Авторы уделили большое внимание разделу “Основные направления повышения эффективности птицеводства”, представив в разработках современные методы изучения рынка и организации производства, реализации продукции.

Книга рассчитана на работников научно-исследовательских учреждений, специальных высших и средних учебных заведений

системы АПК России, руководителей и специалистов предприятий, холдингов АПК, а ее методические разработки могут быть использованы при планировании целевых комплексных региональных и внутрипроизводственных программ развития птицеводства и в целом агропромышленного производства.

АВТОРЫ: **Кузьмицкая А.А.** – кандидат экономических наук, доцент кафедры коммерции и экономического анализа Брянской ГСХА.

Кислова Е.Н. – кандидат экономических наук, доцент кафедры коммерции и экономического анализа Брянской ГСХА.

Кислов Н.А. – кандидат экономических наук, старший преподаватель Брянского государственного университета им. академика И.Г. Петровского



1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ И ОРГАНИЗАЦИИ ОТРАСЛИ ПТИЦЕВОДСТВА

1.1. Развитие отрасли и межотраслевое взаимодействие при производстве продукции птицеводства

В XXI столетии успехи развития экономики, как в мировом сообществе, так и в России во многом будут зависеть от того, насколько человечество сможет эффективно и масштабно использовать положительный опыт, накопленный предыдущими поколениями. В АПК России это связано, в первую очередь, с возможностями восстановления накопленных ранее положительных направлений развития продовольственной системы. Одним из таких направлений является агропромышленная интеграция.

Агропромышленная интеграция – это установление связей и делового сотрудничества между хозяйствующими субъектами сельскохозяйственного и промышленного производства, а также сервисных предприятий, взаимосвязанных технологически, экономически и организационно.

Технологическая составляющая интеграции предполагает объединение всего цикла воспроизводственного процесса – производство, доработка, хранение, переработка и реализация продукции. Экономическое содержание интеграции проявляется в последовательном формировании и распределении доходов на каждом из этапов процесса воспроизводства. Организационная составляющая интеграции подтверждается установлением единой правовой формы хозяйствования или договорных отношений между участниками объединения.

Агропромышленная интеграция рассматривается как процесс соединения сельскохозяйственного и промышленного производства со связанными с ними обслуживающими отраслями и как интеграция сельскохозяйственного и промышленного труда. Первооснову соединения сельского хозяйства и промышленности составляет общественное разделение труда, которое является основной предпосылкой налаживания взаимовыгодного межотраслевого сотрудничества.

Общественное разделение труда – экономическая категория,

которая представляет собой степень обособленности видов производительной деятельности и разделения различных видов труда в обществе и взаимосвязь между ними, как составными частями совокупного разделения труда.

Разделение труда разделяется на два основных вида: внутри общества и внутри предприятия. Оба эти вида труда взаимосвязаны и взаимообусловлены. Разделение общественного производства на его крупные роды, такие как сельское хозяйство, перерабатывающая промышленность, обслуживающие и торгово-сбытовые предприятия и другие, называется общим разделением труда. Для него характерны постоянство и прочность связей, которые претерпевают существенные изменения в результате роста производительности труда и накопления общественного богатства.

Разделение труда внутри предприятий представляет собой единичное разделение труда, которое находит свое проявление в следующем разделении труда: во-первых, между специализированными производственными коллективами предприятия; во-вторых, между работниками внутри производственных подразделений. В процессе производства материальных благ люди вступают в определенные производственные отношения. Их характер определяется формой собственности на средства производства и присвоения созданной продукции.

В целом разделение труда представляет собой определенную систему общественного труда, складывающуюся в результате качественной дифференциации трудовой деятельности в процессе развития общества, приводящей к обособлению и осуществлению различных ее видов. Оно проявляется в различных формах, соответствующих уровню производительных сил и характеру производственных отношений [163].

Процесс общественного разделения труда в сельском хозяйстве, в силу его специфических особенностей, по сравнению с промышленностью, проходит иными путями. Разделение труда в сельском хозяйстве развивается медленнее и проявляется менее глубоко, чем в промышленности.

В зависимости от уровня разделения труда и, следовательно необходимости развития обмена результатами своей деятельности, зависят уровень и особенности развития интеграционных процессов.

Возможности развития интеграции находятся, прежде всего, в диалектических взаимосвязях этого явления, с таким процессом, как специализация. Специализация является важным фактором роста производительности труда, снижения себестоимости продукции и повышения рентабельности. В свою очередь создание агропро-

мышленных интегрированных формирований ускоряет процесс специализации и концентрации сельского хозяйства, способствуя повышению экономической эффективности, как производства сырья, так и его переработки.

Специализация и концентрация производства позволяют наиболее полно реализовать свои преимущества в условиях агропромышленного интегрирования. Связь сельскохозяйственных и перерабатывающих промышленных предприятий в условиях многоотраслевого хозяйства не может быть прочной. Только при углубленной специализации ликвидируется раздробленность производства одинакового вида продукции и повышается его эффективность. Специализация становится экономически выгодной, если ее размеры позволяют применять комплексную механизацию, внедрять передовые технологические приемы. Оно создает условия для лучшего использования средств производства, увеличения производства сельскохозяйственного сырья для перерабатывающих предприятий. Это позволяет и делает необходимым осуществлять территориальное и производственное соединение сельскохозяйственных и промышленных предприятий.

Специализация ведет к концентрации и индустриализации сельскохозяйственного производства. Преимущество специализации заключается в том, что она дает возможность сосредоточить основную часть производственных ресурсов в главной отрасли или в ограниченном количестве целесообразно сочетающихся отраслей, сконцентрировать капиталовложения для образования основных фондов, обеспечивающих механизацию производственных процессов. В условиях общественного разделения труда и его углубления специализация выступает необходимым условием для формирования производств в оптимальных масштабах и развития присущих им связей и отношений с другими производствами на постоянной и прочной основе, одной из форм которой выступает интеграция. Птицеводство раньше других отраслей животноводства начало развиваться на основе специализации и концентрации, использования индустриальных методов производства. Это предопределило не только высокие темпы роста производства продукции, но и сравнительно быструю смену форм организации отрасли. Следует отметить, что в общих закупках птицеводческой продукции доля специализированных предприятий превышала 90%.

Перевод птицеводства на промышленную основу, создание специализированных предприятий, повышение их доли в общем производстве яиц и мяса птицы, усиление влияния системы Птицепрома на темпы и эффективность производства птицеводческой

продукции во всех категориях хозяйств обусловили формирование специализированной птицеводческой отрасли.

Углубление общественного разделения труда явилось предпосылкой развития отраслевой и внутриотраслевой специализации в птицеводстве, что объективно сопровождается организационным обособлением специализированных предприятий, производящих отдельные виды птицеводческой продукции.

Современный процесс производства птицеводческой продукции можно представить состоящим из ряда стадий, представляющих собой определенные звенья единого цикла. В яичном птицеводстве сложились следующие стадии технологической специализации: производство инкубационных яиц, их инкубация, выращивание ремонтного молодняка (для родительского и промышленного стада), производство пищевых яиц и их переработка, убой и переработка птицы, реализация продукции (рис. 1).

В производстве мяса птицы также выделяется несколько технологических стадий. Отличительной особенностью специализации и концентрации на современном этапе является создание предприятий специализирующихся на выполнении отдельных технологических стадий, которые в процессе производства не могут развиваться изолированно друг от друга, они неизбежно вступают между собой в определенные технологические, производственно-хозяйственные и финансово-экономические связи.

Процесс концентрации производства, углубление технологической специализации предприятий на отдельных стадиях технологического процесса порождает свои объективные трудности, так как возрастает количество межотраслевых связей, вероятность всякого рода случайностей, несогласованностей, нарушения ритма и т.п., увеличиваются потоки продукции и услуг, усиливается зависимость каждого звена от множества сопряженных с ним звеньев. Организационные обособления участников общественного производства вызывает естественную потребность в координации их взаимодействия.

Таким образом, углубление общественного разделения труда, объективно вызывающее обособление производителей в то же время способствует усилению зависимости друг от друга, подготавливает условия для их соединения на основе межхозяйственной кооперации и агропромышленной интеграции.

Возникновение различные организационных форм связей и механизмов согласования интересов сельскохозяйственных товаропроизводителей и перерабатывающей промышленности определяется не только уровнем развития производственных сил общества, но и его историческими особенностями.



Рис. 1. Технологические стадии производства яиц

В этой связи необходимо оценить прошлый отечественный опыт этого процесса, выбрать наиболее перспективные направления, восстановить их и развить дальше в свете новых подходов.

В ходе исследования нами выявлены несколько этапов развития промышленного птицеводства, на основе которых можно предложить периодизацию интеграционных процессов в отрасли.

1 этап – XVIII – XIX вв.

В этот период российское птицеводство считалось одной из отсталых отраслей сельского хозяйства. Разведением птицы занимались, главным образом, мелкие крестьянские хозяйства на любительских фермах помещичьих хозяйств. Птица была малопродуктивной; курица-несушка давала 50-60 яиц за сезон, яйца были мелкие, с грязной скорлупой, а тушки птицы имели малую массу. В 60-70-х годах XIX в. закупку птицы и яиц в России производили иностранные конторы. Основными потребителями российских яиц и мяса птицы были Германия и Великобритания. Яйца отправляли в основном из Нижнего Новгорода, Казани, Рыбинска и др. Большая часть продукции (56%) для вывоза в Европу поступала через Балтийское море [248].

2 этап – пореволюционный, конец XIX в. начало XX века.

Характеризуется простейшими формами кооперирования в виде товариществ. В этот период увеличилось поголовье птицы, которое достигло в 1913г. 249,9 млн., в том числе кур – 217,5 млн., гусей – 17,7 млн., уток – 11,7 млн., индеек – 2,7 млн., производство яиц составляло 11,9 млрд. шт.

Однако крупных птицеводческих хозяйств в России в то время не было. Птицу разводили в основном в мелких крестьянских хозяйствах. Численность племенной птицы составляла лишь 18 тыс. гол. 50 различных пород. В основном она содержалась в городских хозяйствах птицеводов-любителей. Из 180 зарегистрированных таких хозяйств только в 45 использовали небольшие инкубаторы на 50-100 яиц [210].

3 этап – 1914-1939 гг. – 20-е годы, период НЭПА, возникновение разнообразных форм кооперации и интеграции на добровольных принципах при значительной поддержке государства.

Птицеводство России серьёзно пострадало в период 1914-1918 гг. и последующий период гражданской войны. Однако в 1918 г. был учреждён Центральный союз кооператоров по сбыту продуктов птицеводства, а в 1919г. организована птицеводческая станция под Тулой. Эта станция вошла в Аниковскую опытную станцию, а затем в Центральную генетическую станцию под Москвой, работой которой руководил А.С. Серебровский.

В 1926 г. был создан Птицеводсоюз – специализированный производственно-заготовительно-сбытовой центр птицеводческой кооперации, в который входило 140 тыс. крестьянских хозяйств, 480 кооперативов и 24 универсальных союза [238]. Его задачей на начальном этапе являлось обеспечение кооперирования частных производителей птицеводческой продукцией, а в последующем – замена частных сборщиков яично-птичной артелию. состоящие в этой артели члены получали племенной материал, инвентарь, зоотехнические и ветеринарные консультации. К концу 1928 года было организовано свыше 600 таких артелей.

Первая кооперация частных сборщиков птицеводческой продукции в системе “Птицеводсоюз” позволила осуществить строительство холодильников, откормочных предприятий, оборудовать яичные склады и т.д. Несмотря на финансовые трудности, был построен завод по производству инкубаторов и птицеводческого инвентаря. Кроме того, для передачи членам артели были завезены куры пород леггорн, род-айланд, виандот, плимутрок, орниигторы и пекинские утки.

“Птицеводсоюз” сыграл важнейшую роль в развитии птицеводства. Он не только быстро организовал систему закупок птицеводческой продукции у крестьян, но и значительно увеличил размеры ее экспорта.

Эти успехи, как и успехи сельскохозяйственной кооперации в годы НЭПА объяснялись тем, “что последовательно выдерживались общепризнанные основы и принципы: добровольность вступления и выбора форм; выборность руководящего состава на началах полной свободы без навязывания; материальная заинтересованность пайщиков; специализация; максимальное приближение союзной сети к производителю; хозрасчет и свобода хозяйствования” [190].

Кроме того, развитию кооперации государство оказывает существенную материальную поддержку в виде союзного бюджета, кредитов Госбанка, через систему кредитных товариществ. Кредитные организации осуществляли финансирование сбыта, переработки, снабжения производственных товариществ, как по отдельным отраслям сельского хозяйства, так и по видам производственного обслуживания.

Однако в конце 1929 г. деятельность этого кооперативного союза была прекращена в связи с поворотом от НЭПА и кооперации в сельском хозяйстве к административно-распределительным плановым началам. Считалось, что кооперативы и кооперативные союзы

не вписываются в единые плановые начала, заражены “производственной демократией” и подлежат огосударствлению [190, 166].

В этот же период создаются первые крупные птицеводческие хозяйства и управленческие структуры, которые имели дело уже не с частными производителями, а с общественными хозяйствами. В их числе был “Птицеинкубаторцентр СССР” и трест птицевосхозов.

В 1923-1927 гг. были организованы птицеводческие совхозы “Горки II”, “Арженка”, “Степное гнездо”, “Красный”. Концентрация значительного для того времени поголовья птицы в этих хозяйствах требовала новых организационных способов и форм производства, принципов и элементов технологии. Возникла необходимость в создании крупных инкубаториев для воспроизводства поголовья. В 1927 г. в Пятигорске была построена первая инкубаторно-птицеводческая станция, а в 1930 г. создан “Птицеинкубаторцентр СССР” страны мощностью 20-60 тыс. гол. единовременной посадки, который объединял 117 цехов батарейного (клеточного) выращивания цыплят [36].

Большое значение на данном этапе развития промышленного птицеводства имело создание в 1931-1932 гг. в Подмоскowie птицефабрик “Братцевская”, “Глебовская”, “Томилинская”, которые должны были снабжать население столицы свежими птицеводческими продуктами в течение всего года. Для этого была разработана и внедрена технология ритмичного производства яиц и мяса птицы во все сезоны года.

Развитие общественного птицеводства, использование интенсивных методов ведения отрасли выдвигали ряд серьёзных проблем, требовавших неотложной научной разработки. Поэтому важным событием в истории отечественного птицеводства, на наш взгляд, явилась организация в 30-е годы Всесоюзного научно-исследовательского института птицеводства с сетью опорных пунктов и Всесоюзного научно-исследовательского института птицеперерабатывающей промышленности, а также высших курсов птицеводства при Московском зоотехническом институте, которые сыграли немалую роль в подготовке кадров и организации научных исследований. Эти исследования в области птицеводства уже тогда отмечались обширностью и глубиной.

Вместе с тем, осуществлению единой технической и технологической политики препятствовала ведомственная разобщенность хозяйств; наиболее крупные птицеводческие предприятия были в подчинении совнаркомов; отдельные хозяйства, научно-исследовательские учреждения и инкубаторно-птицеводческие станции находились в ведении Министерства сельского хозяйства,

но подчинялись различным его подразделениям. В результате чего отношения теряли экономический смысл и вели к значительному нарушению эквивалентности обмена. Именно в этот период (30-е годы) были предприняты попытки по созданию аграрно-промышленных предприятий в форме совхозов-заводов, входящих в состав отраслевых трестов. Это время характеризуется и первыми теоретическими разработками по формированию и функционированию интегрированных систем в агропромышленной сфере. Об этом свидетельствуют работы А. Алова-Лапскера и Я. Никулихина [8].

Первые шаги в агропромышленной интеграции сыграли свою положительную роль с позиций сегодняшнего дня и по целому ряду ключевых вопросов аграрной экономики. Но развитие процесса интеграции в аграрной сфере из-за великой Отечественной войны (1941-1945 гг.) было задержано примерно на 15 лет.

4 этап – 1940-1964 гг. Во время Великой Отечественной войны птицеводство, как и все отрасли народного хозяйства страны, понесло огромные потери. В подвергшихся оккупации районах было разрушено или полностью уничтожено подавляющее большинство колхозных и совхозных ферм, инкубаторно-птицеводческих станций, специализированных хозяйств. Катастрофически сократилось поголовье птицы и в приусадебном птицеводстве.

В 1945 г. производство яиц в стране было равно 4,9 млрд. штук, мяса птицы в убойной массе – 86 тыс. т, что составило к уровню довоенного 1940 г. соответственно 40 и 30% [233].

В 1947 г. производство птицеводческой продукции возросло незначительно. Поэтому был разработан комплекс государственных мероприятий по быстрейшему достижению довоенного уровня птицеводства, изложенный в постановлении директивных органов “Трёхлетний план развития общественного колхозного и совхозного продуктивного животноводства (1949-1951 гг.)” [155, 1]. Суть намеченных мероприятий состояла в том, чтобы в максимальной степени использовать местные ресурсы, прежде всего корма. Птицеводческие фермы должны были создаваться в каждом хозяйстве, располагавшем посевами зерновых культур. На наш взгляд, столь жёсткая регламентация входила в противоречие с самой идеей инициативы в использовании местных возможностей. Птицеводство велось сугубо экстенсивными методами, царствовал тяжёлый ручной труд. Но в эти годы нашлись и некоторые денежные средства, материальные ресурсы. Особое внимание уделялось организации сети племенных хозяйств и ферм [40].

В Российской Федерации сеть инкубаторно-птицеводческих станций за указанное трёхлетие расширилась в 4 раза. К 1951 году

птицефермы были созданы почти во всех зерносеющих хозяйствах. В итоге валовое производство яиц и мяса птицы достигло довоенного уровня (табл. 1).

Валовое производство яиц в 1951 г. к уровню 1940 г. составило 108%, а мяса птицы – 134%. Таким образом, главная задача трёхлетнего плана в области птицеводства была успешно решена.

Выполнение трёхлетнего плана работниками отрасли послужило прочной основой дальнейшего роста производства. В 1952 г. было получено уже 14,4 млрд. шт. яиц, а в 1955 г. – 18,5 млрд. шт. яиц [36].

1. Валовое производство яиц и мяса птицы в России

Годы	Производство яиц во всех категориях хозяйств, млрд. шт.	Годовой прирост		Производство мяса птицы в убойной массе, тыс. т.	Годовой прирост		Доля мяса птицы в общем производстве всего мяса, %
		млрд. шт.	%		тыс. т	%	
1949	9,1	2,5	38,0	204	84	70	5,4
1950	11,7	2,6	28,6	278	74	36	5,7
1951	13,3	1,6	13,7	392	120	43	8,5

Со второй половины 50-х годов набирал силу, хотя и ведомственно разобщённый, процесс концентрации и специализации производства. Он выражался, прежде всего, в создании всё новых и новых хозяйств промышленного типа, применявших перспективную технологию.

С этого же времени стали возникать и развиваться отдельные региональные системы управления промышленными предприятиями отрасли. В Министерстве мясной и молочной промышленности РСФСР работал специализированный главк по управлению птицефабриками и птицесовхозами этой системы – Главптицепром. В Московской области в системе совнархоза было создано управление птицефабрик, объединявшее 6 действующих и 10 строящихся предприятий [36].

Рост технической вооружённости сельскохозяйственного труда, развитие перерабатывающей промышленности стали стимулирующей силой для формирования материальной основы, необходимой для развития интеграционных процессов и совершенствования организации производства в целом.

Исследования многих ученых доперестроечного периода свидетельствуют, что взаимозависимость отдельных отраслей АПК в процессе их развития приобрела характер интеграции прежде всего в специализированных отраслях. Необходимость интегрирования

специализированной отрасли, либо с отраслью, поставляющей ей ресурсы, либо с отраслью, перерабатывающей ее продукцию.

Одной из первых агропромышленных интегрированных структур был создан специализированный орган управления отраслью – Птицепром СССР (1964 г.). Для руководства вновь созданной системой государственных специализированных племенных и промышленных хозяйств, а также осуществления единой технической политики в союзных республиках были организованы союзно-республиканские Птицепромы, а в областях, краях и АССР – тресты “Птицепром”. В состав Птицепрома СССР вошли специализированные птицефабрики, птицесовхозы, племенные хозяйства и инкубаторные птицеводческие станции. Кроме того, в непосредственное подчинение Птицепрому СССР были переданы две всесоюзных научно-исследовательских института – технологический и ветеринарный, а также Всесоюзный трест племенных птицеводческих заводов с 25 госплемптице заводами. Наряду с этим были приняты меры по организации 7 зональных опытных станций по птицеводству в различных регионах страны [216].

Взятый курс на специализацию и концентрацию производства в стране позволил в короткие сроки создать стройную, устойчивую и эффективную систему Птицепрома, которая представляла собой целостную организационно-производственную и научную структуру управления на всех уровнях: союзном, республиканском, краевом, областном и на первичном – на уровне птицеводческих предприятий.

В это же время была создана сеть селекционно-генетических центров, репродуктивных и товарных птицеводческих хозяйств, производственных объединений с узкой технологической специализацией, входящих в него предприятий (одного или нескольких административных районов) во всех регионах страны.

Вместе с тем следует отметить, что характер процессов интеграции в агропромышленном производстве, в том числе и в птицепродуктовом подкомплексе был обусловлен планово-административным методом управления и имел директивный характер.

5 этап – 1965-1975 гг. В этот период благодаря совместному взаимодействию с федеральными и местными органами успешно решались поставленные задачи по вводу производственных и социальных объектов, обеспечению потребительского рынка диетическими продуктами.

До 1965 г. в России птицеводческая продукция производилась на многочисленных мелких фермах, на подсобных предприятиях при напольном содержании. По душевому потреблению мяса птицы и яиц Россия многократно отставала от развитых стран.

Выбор на развитие промышленного птицеводства был сделан с учетом мировой практики, достижений науки и передового опыта. Важнейший фактор, обуславливающий индустриализацию отрасли, – ее скороспелость и быстрая окупаемость вложений.

Поистине историческим в развитии отрасли стало Постановление Бюро ЦК КПСС по РСФСР и Совета Министров РСФСР от 5 апреля 1965 г. № 430. Оно прежде всего предусматривало организацию интегрированной отрасли, начиная с селекции птицы и заканчивая глубокой переработкой птицеводческой продукции, укрепление связи с наукой.

За 10 лет после принятия Постановления производство яиц увеличилось в 2 раза или на 16,6 млрд. шт., что позволило обеспечить население этой продукцией 248 яиц вместо 141 шт. в 1965 г. на человека (прил. 1).

Производство мяса птицы к 1975 г. увеличилось с 371 до 690 тыс. т. в убойной массе, соответственно на душу населения – 5,2 кг вместо 3 кг в 1965 г. (прил. 2) [241].

Этот период характеризуется бурным развитием агропромышленной интеграции, воплотившейся в формах специализированных агропромышленных предприятий, агропромышленных объединений, агропромышленных комплексов, агропромышленных комбинатов. Их дальнейшее развитие получило в 80-х годах.

6 этап – 1976-1990 гг. Учитывая, что достигнутый уровень производства не обеспечивал возрастающий спрос населения на мясо птицы, не в полной мере использовались имеющиеся возможности для более быстрого увеличения и продажи государству этой продукции, особенно бройлеров, гусей и индеек, удельный вес которых в общем объеме продолжал оставаться низким, 31 августа 1976 г. было принято постановление Совета Министров РСФСР “Об увеличении производства мяса птицы” [33].

Совокупность мер, осуществляемых государством в экономическом регулировании производственного процесса, использовании достижений науки сделали отрасль приоритетной в пополнении продовольственных ресурсов.

Производство яиц во всех категориях хозяйств увеличилось с 16,8 млрд. шт. в 1965 г. до 47,5 млрд. шт. в 1990 г., то есть почти в 3 раза, мяса птицы в убойной массе – с 371 тыс. т до 1801 тыс. т., или в 5 раз (прил. 3, 4). За этот период яйценоскость увеличилась на 48% (прил. 5), среднесуточный прирост живой массы бройлеров – на 36% (прил. 6), а затраты корма соответственно снизились на 56 и 19%.

Наращивание объемов производства было невозможно без качественной племенной продукции, повышения уровня селекци-

онной работы. Это способствовало созданию интегрированной системы обеспечения отрасли племенной продукцией по следующей схеме (рис. 2).

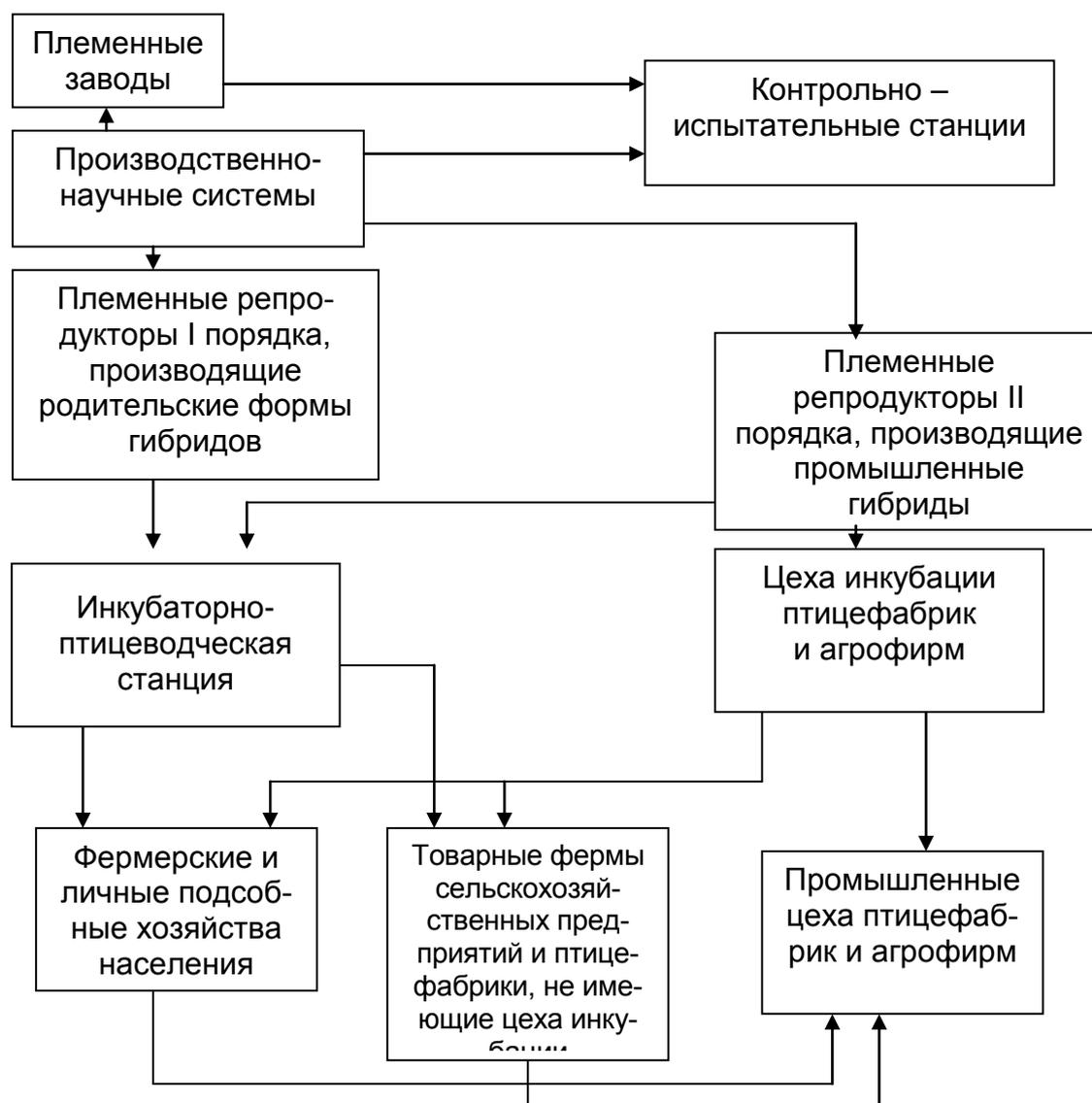


Рис. 2. Схема связи племенных, промышленных птицеводческих хозяйств с фермерскими и личными подсобными хозяйствами при производстве продукции птицеводства

Огромную роль в развитии отрасли играл Всероссийский научно-исследовательский институт перерабатывающей промышленности (ВНИИПП). Созданная здесь безотходная технология позволила решить задачу комплексной переработки малоценных продуктов. Разрабатывались новые технологии производства пти-

цепродуктов, позволяющие расширить ассортимент продуктов из яиц и мяса птицы.

В этот период успешно функционируют интегрированные структуры, созданные в начале 70-тых годов, организуются новые интегрированные структуры по производству птицеводческой продукции (объединения, комбинаты, производственные (научно-производственные) системы, фирмы, консорциумы).

Анализ показывает, что хороших результатов добилось производственное бройлерное объединение “Ставропольское”. Это объединение выступило интегратором производства, переработки и реализации птицеводческой продукции и производственного обслуживания на кооперативных принципах. В это объединение на правах кооперативного предприятия входила объединенная дирекция строящихся предприятий. Объединение работало на принципах самофинансирования и полного хозрасчета.

Производственное птицеводческое объединение “Липецкое” со статусом агропромышленного комбината представляло собой хозяйственную организацию, объединяющую сельскохозяйственные предприятия, птицеперерабатывающий комбинат с тремя убойными цехами и цехом переработки яиц, строительную организацию и торговое предприятие, необходимых для деятельности комбината в целом.

Одним из вариантов форм организации интегрированного производства являются производственные (научно-производственные) системы, создаваемые сугубо на демократических началах с целью взаимовыгодного сотрудничества с научными учреждениями, племенными заводами, репродукторами и промышленными хозяйствами, осуществляющих выпуск птицеводческой продукции под организационным и технологическим руководством головного предприятия на принципах хозрасчета, взаимной заинтересованности и ответственности. Все предприятия при этом сохраняют юридическую самостоятельность.

На практике одной из первых была организована бройлерная производственная система в Московской области, в которую объединились 12 племенных хозяйств (7 заводов, 5 репродукторов из 5 республик и 7 областей РСФСР). Главным предприятием стал ГППЗ “Смена” Московской области. При нем был создан совет, который концентрировал цели и задачи, определил права и обязанности участников системы, права головного предприятия, установил сумму вступительных взносов.

К концу 80-х годов на базе лучших ГППЗ было создано 11 производственных систем и 4 научно-производственные системы по племенному птицеводству на основе научно-исследовательских учреждений и экспериментальных хозяйств [102].

В этот период созданы и успешно функционируют мощные интегрированные системы в Свердловской, Ленинградской и ряде других областей, в Краснодарском крае.

Таким образом, исходя из изложенного, можно сделать вывод, что характерной особенностью развития экономики в анализируемом периоде (1976-1990гг.) является усиление процессов кооперирования и интеграции на уровне основного звена, повышение тесноты интеграционных связей, формирование более открытых систем на межотраслевом уровне.

7 этап – 1990-1997 гг.

Эти годы характеризуются резким сокращением производства птицеводческой продукции (прил. 7, 8), связанным с общим экономическим кризисом, разрушением вертикальной системы государственного управления единым производственным процессом, распадом агропромышленных систем, отсутствием законодательно-правового и нормативного обеспечения, направленного на эффективное и устойчивое развитие отрасли.

Птицеводство оказалось наиболее чувствительным к происходящим процессам, учитывая что покупные ресурсы в объеме затрат на производство птицеводческой продукции составляют 90%.

Отсутствие должных государственных мер в сфере таможенно-тарифного регулирования, системы сбыта, обеспечивающей на внутреннем рынке равные условия для всех поставщиков продукции, способствовало росту импортных поставок мяса птицы по демпинговым низким ценам. Только в 1 квартале 1994 г. государство применило защитные меры и до мая 1995 г. таможенная пошлина на мясо птицы составляла лишь 15% [268].

К этому времени удельный вес импорта достиг 49% (прил. 9). В последующем таможенная пошлина была повышена до 25%. Повышение таможенных пошлин не могло обеспечить надежной защиты отечественного рынка, учитывая при этом поставку мяса птицы по демпинговым низким ценам [236].

8 этап – 1998-2002 гг.

С 1998 г. отрасль вышла на положительную динамику роста. За этот период прирост во всех категориях хозяйств составил 317 тыс. т мяса птицы в убойной массе и 4,1 млрд. яиц (прил. 10,

11). В этот период идет формирование рыночных агропромышленных систем, включающих финансовые структуры – финансово-промышленные группы, корпорации, компании, холдинги, привлечение инвестиций на птицеводческие предприятия. Они отличаются усилением маркетинговых функций.

Следует отметить положительную роль в наращивании объемов производства в условиях развития интеграционных процессов, таких компаний, как ООО “Продо Менеджмент”, ОАО “Ставропольский бройлер”, “Сибирская Губерния”, ГК “Содружество”, АПК “Михайловское”, “Заря-ОГО”, “Белгранкорм”, ГК “Агрохолдинг” и другие [19].

Хорошие результаты достигнуты предприятиями, ведущими совместный бизнес с зарубежными инвесторами: “Ярославский бройлер” Ярославской, “Золотой Петушок” Липецкой, “Северная” Ленинградской областей.

Учитывая разрыв хозяйственных связей, отсутствие основных направлений государственного регулирования, птицеводческие предприятия были вынуждены включить в производственный цикл еще одну функцию – производство собственных кормов, удельный вес которых сегодня составляет примерно 60% [46]. В результате возникающих проблем с обеспечением зерном наметилась тенденция к расширению посевных площадей птицеводческих предприятий – путем присоединения хронически убыточных хозяйств. Активно ведут такую политику агрофирмы “Октябрьская” республики Мордовия, “Сеймовская” Нижегородской области, СХАО “Белореченское” Иркутской области, ОАО “Челябинская птицефабрика” Челябинской области, ООО “Равис – птицефабрика Сосновская” Челябинской области, ООО “Птицефабрика Снежка” Брянской области.

9 этап – 2003-2009 гг.

Ознаменован развитием корпоративной модели интеграции, которая объединяет предприятия различных отраслей, органически связанных в технико-экономическом отношении. Она создает наиболее благоприятные условия для взаимоувязки экономических интересов участников интеграции и повышения эффективности производства. По оценкам Министерства сельского хозяйства, в стране насчитывается более 90 крупных и средних компаний холдингового типа в 27 регионах России [32]. Это, в первую очередь, Белгородская, Орловская, Курская, Воронежская, Новгородская и Омская области, где действуют такие крупные холдинги как “Продимпекс”, “Русагро”, “Стойленская Нива”, “Разгуляй – УкрРос”, “Риф”, “Великий Новгород”, “Орловская Нива”, “Орловский агроком-

бинат”, ГК “Агрохолдинг” и другие. Большинство из них – многопрофильные компании, занимающиеся и животноводством, и птицеводством, и растительными культурами.

Включение птицеводческих предприятий в приоритетный национальный проект “Развитие АПК” позволило более 100 птицеводческим предприятиям войти в реестр на получение субсидий по заключенным кредитным договорам с российскими кредитными организациями на срок до 8 лет. Кредитные ресурсы, полученные птицеводческими предприятиями в 2007 г., увеличились к уровню предыдущего года более чем в 12 раз (с 1880 млн. до 22805 млн. руб.).

Взятые кредиты позволят птицеводческим предприятиям улучшить их техническую оснащенность и значительно расширить ассортимент продукции. Использование инновационных технологий, интеграция смежных производств в единое звено позволяют оптимизировать уровень затрат и обеспечить получение среднесуточных приростов живой массы бройлеров 50-55г при конверсии корма на 1 кг прироста 1,75-1,9 кг, в яичном производстве – продуктивность 300-340 яиц на среднегодовую курицу – несушку при конверсии корма 1,2-1,3 ц на 1000 яиц.

Обобщая вышеизложенное, можно сделать вывод о том, что интеграционные процессы в отечественном птицеводстве начались задолго до начала аграрных преобразований в стране и развивались от простых форм к более сложным, в соответствии с экономическим механизмом хозяйствования (табл. 2). Произошедшие в стране за последние годы политические, экономические и институциональные изменения объективно создали условия и дали импульс к возрождению, становлению и развитию интегрированных объединений в отрасли птицеводства. Осуществление аграрной реформы в стране требует активизации интеграционных процессов в отрасли и вызывает необходимость построения таких формирований, которые способны были бы объединить все звенья производственного процесса не только данной отрасли, но и всех других отраслей хозяйственного объединения, нацеливая его на получение максимального совокупного конечного результата. Результативность финансово-хозяйственной деятельности птицеводческих предприятий, их устойчивое развитие будет зависеть от совершенствования интеграционных процессов, использования высокопродуктивных кроссов, внедрения инновационных технологий.

2. Этапы развития промышленного птицеводства и периодизация интеграционных процессов в отрасли птицеводства

Этапы развития промышленного птицеводства	Периодизация интеграционных процессов
1 ЭТАП. В этот период российское птицеводство считалось одной из отсталых отраслей сельского хозяйства	XVIII-XIX вв.
2 ЭТАП. Характеризуется простейшими формами кооперирования в виде товариществ	Конец XIX в. начало XX века
3 ЭТАП. 20-е годы, период НЭПА, возникновение разнообразных форм кооперации и интеграции на добровольных принципах при значительной поддержке государства	1914-1939 гг.
4 ЭТАП. Характеризуется катастрофическим сокращением поголовья птицы во время Великой Отечественной войны. Послевоенный период ознаменован возникновением отдельных региональных систем управления промышленными предприятиями отрасли – Главптицепром. Создан специализированный орган управления отраслью – Птицепром СССР	1940-1964 гг.
5 ЭТАП. Ознаменован Постановлением Бюро ЦК КПСС по РСФСР и Совета Министров РСФСР от 5 апреля 1965 года № 430, которое, прежде всего, предусматривало организацию интегрированной отрасли, начиная с селекции птицы и заканчивая глубокой переработкой птицеводческой продукции, укрепления связи с наукой	1965-1975 гг.
6 ЭТАП. Характеризуется усилением процессов кооперирования и интеграции на уровне основного звена, повышения тесноты интеграционных связей, формирование более открытых систем на межотраслевом уровне	1967-1990 гг.
7 ЭТАП. Резкое сокращение производства птицеводческой продукции, связанный с общим экономическим кризисом, разрушением вертикальной системы государственного управления единым производственным процессом, распадом агропромышленных систем, отсутствием законодательно-правового и нормативного обеспечения, направленного на эффективное и устойчивое развитие отрасли	1991-1997 гг.
8 ЭТАП. Формирование рыночных агропромышленных систем, включающих финансовые структуры – финансово-промышленные группы, корпорации, компании, холдинги, привлечение инвестиций на птицеводческие предприятия. Усиление маркетинговых функций	1998-2002 гг.
9 ЭТАП. Ознаменован развитием корпоративной модели интеграции, которая объединяет предприятия различных отраслей, органически связанных в технико-экономическом отношении. Развитие инновационных технологий в отрасли	2003-2009 гг.

1.2. Теоретические основы интеграции и кооперации

Специфика сельского хозяйства обуславливает изучение экономических отношений в условиях рынка, взаимодействия сельского хозяйства с другими сферами материального производства на основе агропромышленной интеграции. Соединение сельского хозяйства с промышленностью и другими отраслями агробизнеса (хранение, торговля, транспортировка) служит одним из важнейших условий дальнейшего экономического роста.

В различных энциклопедических изданиях определение сущности интеграции даются различные толкования. Например, в “Философском энциклопедическом словаре” интеграция означает восстановление целостности единства, объединение в целое ранее обособленных частей, явлений, процессов, экономических субъектов, углубление их взаимодействия, развития связей между ними. Термин “интеграция” происходит от латинских слов *integration* (восстановление) и *integer* (целый). Иногда под интеграцией понимают интегрированность, то есть некоторый процесс интеграции. Интегрированность представляет собой состояние упорядоченного функционирования частей целого [217].

Другое толкование данного термина можно найти в “Экономической энциклопедии”. Интеграция (*integration* – французское) означает включение, вовлечение, возрастание [313].

Приведенные в энциклопедических изданиях определения содержат в себе элемент некой двойственности. Не отрицая и не подвергая критике каждое из представленных определений, можно дать следующее определение, которое отражает объективность происходящих социально-экономических процессов на современном этапе в России.

По нашему мнению, экономическая интеграция более высокая степень сотрудничества, при которой достигается объединение экономических субъектов, взаимное приспособление отдельных хозяйствующих субъектов друг к другу, ведущее к образованию системы упорядоченных отношений между ними. Система упорядоченных отношений между хозяйствующими субъектами характеризуется углублением производственно-технологических связей, регулирующих действия участников по выполнению общих задач и способствующих организационному оформлению их деятельности, совместному использованию ресурсов, объединению капиталов, а также созданию друг другу условий для осуществления экономической деятельности. При этом особую роль приобретает согласованное

развитие элементов межотраслевого взаимодействия и обмена.

Теоретические и практические вопросы развития агропромышленной интеграции в устоявшейся рыночной экономике получили довольно широкое освещение в литературе. Определены содержание, сущность и факторы агропромышленной интеграции, ее направления и условия решения в масштабах АПК России в целом [5, 9, 38,53, 114, 126, 219, 240, 273, 282, 314]. Во многих научных изданиях вкладывается различный смысл интегрирования, исследователи высказывают неоднозначные суждения [48, 19, 50, 61, 94, 100, 118, 120, 125, 173, 260, 279].

Проведённые теоретические исследования показали, что агропромышленная интеграция является сложной, многогранной экономической категорией и представляет собой объективный экономический процесс, базирующийся на разделении и кооперации общественного труда, при котором: с одной стороны, происходит дробление производства, продовольствия и другой продукции из сельскохозяйственного сырья на отдельные специализированные отрасли, с другой, для обеспечения эффективности этого процесса необходимо объединение возникающих обособленных промышленных и аграрных структур.

Основу агропромышленной интеграции образуют межотраслевые связи. Конкретная реализация интеграционных процессов происходит в агропромышленных формированиях [110, 111].

Особое внимание, которое уделялось развитию агропромышленной интеграции в 70-80-е годы прошлого столетия в связи с активизацией процесса формирования агропромышленного производства и агропромышленного комплекса, реализовались путём активного формирования интегрированных структур. К 1990 г. в России было создано 124 агропромышленных комбината, 146 агропромышленных объединений, 67 агрофирм, 323 производственных и 173 научно-производственных объединения и 18 агропромышленных систем. К 2003 г. их количество увеличилось до 305 (прил. 12) [146].

Аграрная реформа 90-х годов принципиально изменила значение государства как основного гаранта нормальных условий воспроизводства в сельском хозяйстве. В новых экономических условиях агропромышленная интеграция развивалась как процесс адаптации предприятий к окружающей экономической реальности, как способ стабилизировать своё положение за счёт объективных преимуществ, возникающих при интеграции. То есть особенностью современного этапа развития интеграции как процесса является то, что она возобновилась не “сверху” на принципах административного давления, а “снизу”, как объективно необходимый процесс вос-

становления агропромышленного производства в условиях многообразия форм хозяйствования на принципах, основой которых стали экономическая целесообразность и экономические стимулы.

Полагаем, поиск критериев эффективности организационных форм в рыночной экономике связан с определением уровня или оценкой общественных издержек, требующихся для создания и функционирования ее структур. В этом аспекте интересны исследования эффективности фирмы, проведенные лауреатом Нобелевской премии по экономике за 1991 г. Роналдом Коузом. Издержки, которые несет общество при выборе экономической системы, организационных форм, размеров и типов предприятий и фирм, Р. Коуз называет транзакционными издержками. Уровень издержек для фирм различного типа неодинаков. В рыночной системе самоуправляемые частные фирмы вынуждены расходовать средства на поиск и обработку информации о ценах и технологиях, на заключение контрактов и контроль за их исполнением и т.п. Эти издержки могут быть скрыты от стороннего наблюдателя, но участники экономического процесса вынуждены считаться с ними, так как размеры подобных издержек нередко способны заблокировать возможность рыночных взаимосвязей вообще [139, 229].

Стремление сэкономить транзакционные издержки – важнейшая причина возникновения интеграционных структур. Основная причина этого явления кроется в попытке избежать роста внешних (транзакционных) издержек, ведь инвестору дешевле их интернализировать, превратив их во внутренние фирменные затраты. С этой целью создается интегрированная структура, где обменные операции опосредуются через внутренние (трансфертные) цены [230].

Неустойчивость функционирования агропромышленного рынка России, негативные процессы, происходящие в этой системе, требуют логически обоснованной классификации организационных структур интегрированных формирований для выявления преимуществ и недостатков, а так же возможных направлений их развития. Такая классификация, с нашей точки зрения, может быть представлена в следующем виде (табл. 3).

По поводу видов агропромышленной интеграции в экономической литературе существуют различные мнения. В.А. Добрынин выделяет два вида агропромышленных интеграционных связей – вертикальную и горизонтальную [312]. Ф.К. Шакиров, С.И. Грядов, А.К. Пастухов добавляют к вышеназванным двум ещё один вид – смешанную интеграцию [202, 203].

Каждая из перечисленных интеграций имеет свои особенности, но в основе их лежит понятие теории систем, означающее со-

стояние связанности отдельных дифференцированных частей в целое, а также процесс, ведущий к такому состоянию. По своей совокупности интеграция выступает противоположностью дифференциации, то есть разделения целого на части [260].

Исходя из этого следует, интегрированные формирования представляют собой экономическую систему, состоящую из отдельных звеньев, которые взаимодействуют между собой, при

3. Классификация интегрированных формирований

Признаки классификации	Виды интегрированных формирований
1	2
1. Принципы объединения	1. принцип ассоциации (стратегические альянсы, агроконсорциумы, ассоциации и союзы, потребительские кооперативы); 2. принцип агломерации (холдинги, финансово промышленные группы, финансовое участие, полное слияние).
2. Характер финансовой деятельности	1. некоммерческие организации (стратегические альянсы, ассоциации и союзы, потребительские кооперативы, финансовое участие); 2. коммерческие организации (агроконсорциумы, холдинги, финансово промышленные группы, полное слияние)
3. Правовой статус	1. партнёрские (без права юридического лица): <ul style="list-style-type: none"> • полное слияние 2. инкорпорированные (с правом юридического лица): <ul style="list-style-type: none"> • стратегические альянсы; • агроконсорциумы; • ассоциации и союзы; • потребительские кооперативы; • финансовое участие; • холдинги; • финансово промышленные группы.
4. Степень жёсткости внутренних связей	1. нежёсткие связи: <ul style="list-style-type: none"> • стратегические альянсы; • агроконсорциумы; • ассоциации и союзы. 2. связи средней жёсткости: <ul style="list-style-type: none"> • потребительские кооперативы; • финансовое участие; • холдинги; • финансово промышленные группы. 3. жёсткие связи: <ul style="list-style-type: none"> • полное слияние.
5. Право участников вступать в другие объединения	1. имеют право участия в других объединениях: <ul style="list-style-type: none"> • стратегические альянсы; • агроконсорциумы; • ассоциации и союзы; • потребительские кооперативы; • финансовое участие. 2. для финансовых структур без права участия в других объединениях: <ul style="list-style-type: none"> • финансово промышленные группы. 3. без права вступать в другие организации:

- полное слияние.

Продолжение таблицы 3

1	2
6. Объекты управления	1. централизованные органы управления (возможны): <ul style="list-style-type: none"> • стратегические альянсы; • агроконсорциумы; • ассоциации и союзы; 2. централизованные органы управления: <ul style="list-style-type: none"> • холдинги; • финансово промышленные группы. 3. предприятия участники: <ul style="list-style-type: none"> • финансовое участие. 4. собрание членов кооператива: <ul style="list-style-type: none"> • потребительские кооперативы. 5. базовый субъект интеграции: <ul style="list-style-type: none"> • полное слияние.
7. Средства управления	1. отсутствуют: <ul style="list-style-type: none"> • стратегические альянсы; • агроконсорциумы; • ассоциации и союзы. 2. членство в кооперативе: <ul style="list-style-type: none"> • потребительские кооперативы. 3. пакеты акций: <ul style="list-style-type: none"> • финансовое участие; • холдинги; • финансово промышленные группы. 4. административные: <ul style="list-style-type: none"> • полное слияние.
8. Организационная структура управления	1. механическая: <ul style="list-style-type: none"> • линейно – функциональные; • дивизионные. 2. органистические: <ul style="list-style-type: none"> • сетевые; • венчурные (от лат. Venture – рисковать, риск).
9. Механизм регулирования совместной деятельности	1. акционерные (через систему участия в капитале); 2. кооперативные (один член – один голос); 3. координационные (согласование и координация).
10. Полнота охвата стадий жизненного цикла	1. производственные; 2. научно – производственные; 3. агропромышленные; 4. агропромышленно-торговые.
11. Характер интеграционных связей	1. горизонтальные (отраслевые); 2. вертикальные (межотраслевые); 3. смешанные (конгломеративные или диверсифицированные).
12. Отраслевой уровень интеграции	1. межхозяйственные; 2. внутриотраслевые; 3. межотраслевые.

Продолжение таблицы 3

1	2
13. Степень диверсификации производства	1.возможна диверсификация выпускаемой продукции: <ul style="list-style-type: none"> • стратегические альянсы; • агроконсорциумы. 2.выпускающие продукцию, связанную сбытом и технологией: <ul style="list-style-type: none"> • ассоциации и союзы; • потребительские кооперативы. 3.возможна широкая диверсификация производства: <ul style="list-style-type: none"> • финансовое участие; • холдинги; • финансово промышленные группы. 4.технологически связанная продукция: <ul style="list-style-type: none"> • полное слияние.
14. Производственное направление	1. агропромышленные; 2. агропромышленно-торговые; 3. финансовые.
15. Временные рамки существования формирования	1.ограничено временем реализации совместных работ: <ul style="list-style-type: none"> • стратегические альянсы; • агроконсорциумы. 2.без ограничения: <ul style="list-style-type: none"> • ассоциации и союзы; • потребительские кооперативы; • финансовое участие; • холдинги; • финансово промышленные группы; • полное слияние.
16. Возможность осуществления единой инвестиционной политики	1.невозможно: <ul style="list-style-type: none"> • стратегические альянсы; • агроконсорциумы • ассоциации и союзы; • потребительские кооперативы; • финансовое участие. 2.возможно: <ul style="list-style-type: none"> • холдинги; • финансово промышленные группы; • полное слияние.
17. Способ учреждения и масштаб деятельности	1. муниципальные (районные); 2. региональные (республиканские, краевые, областные); 3. межрегиональные; 4. федеральные; 5. национальные; 6. транснациональные.

продвижении продукции к потребителю. В рамках интегрированной системы отдельные предприятия выполняют свои определенные функции, а между ними устанавливаются функциональные связи. При нарушении их взаимодействия происходят сбои в системе, появляются “узкие” места, которые сдерживают реализацию потенци-

ала интегрированного формирования. В этом смысле интеграцию следует рассматривать, с одной стороны, как форму взаимодействия и воссоединение частей в единое целое, с другой стороны – как механизм, обеспечивающий саморегулирование этой организационно-экономической системы. При этом становление и развитие интеграции происходит под воздействием обобществления, то есть процесса включения обособленных производств в систему общественного разделения труда.

Одной из основных задач интеграции в агропромышленной сфере, в том числе и в отрасли птицеводства, стало формирование замкнутой, законченной схемы производства продукции, которая должна была содействовать оптимизации существующих финансовых и товарных потоков, экономическому выздоровлению участвующих в ней предприятий.

Процесс интеграции может осуществляться по двум направлениям (рис. 3). Первое направление характеризуется построением отношений на принципах ассоциации, второе – на принципах агломерации.

При создании того или иного типа интегрированных формирований в птицеводстве целесообразно учитывать, по нашему мнению следующие основные критерии:

- уровень обобществления собственности (капитала) участников-партнёров создаваемого формирования;
- степень ограничения экономической самостоятельности;
- степень ограничения юридической самостоятельности.

Основной целью создания интегрированных формирований в отрасли птицеводства является санация (стабилизация и обновление) ресурсного потенциала предприятий-участников, обеспечение роста конкурентоспособности продукции и, что весьма значимо, устранение социальной напряжённости. Поэтому критериями эффективности функционирования этих структур, по нашему мнению, могут выступать:

- достижение конкурентоспособности;
- ведение расширенного воспроизводства;
- обновление и эффективное использование имеющегося ресурсного потенциала;
- социальная эффективность;
- **региональный экономический и социальный эффект функционирования структуры.**

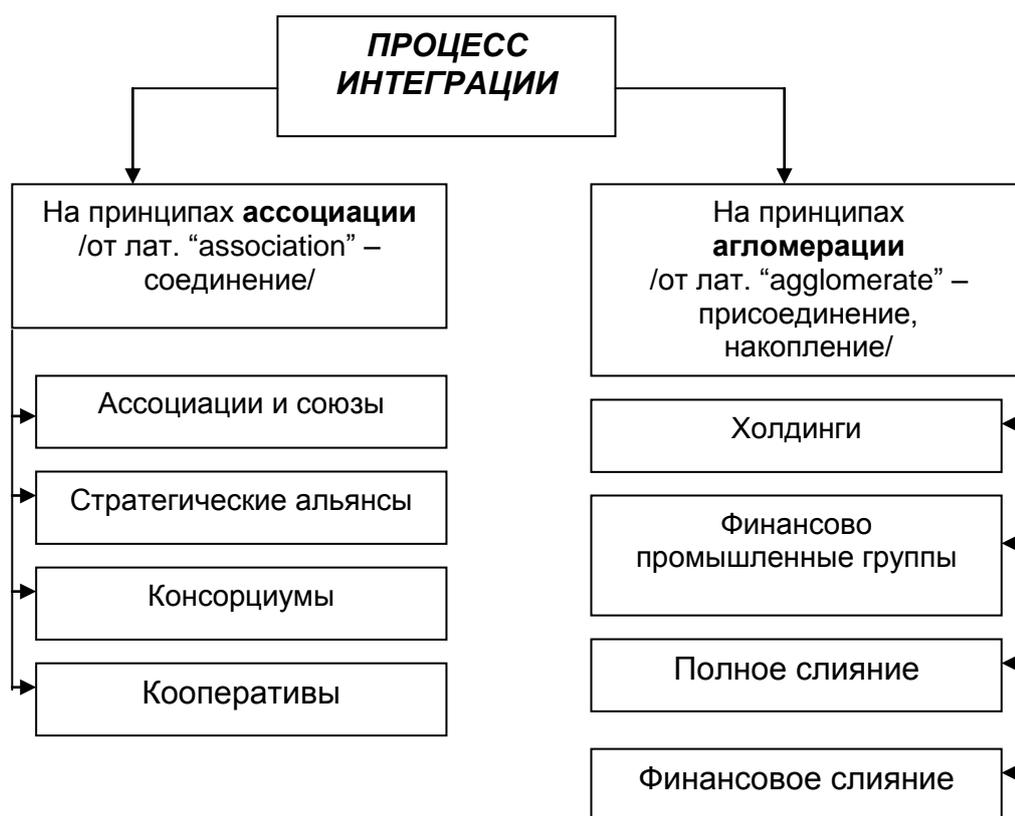


Рис. 3. Схема осуществления процесса интеграции

Схематически сущность интеграции в птицеводстве изложена на рисунке 4.

Обобщающим критерием для анализа эффективности всех форм интегрированных отношений в отрасли птицеводства являются обеспечение рентабельности производства и эффективное использование ресурсного потенциала предприятий, а отличающиеся критерии отражают цели, характерные для каждой из форм.

В результате систематизации моделей интеграции в отрасли птицеводства выделены наиболее эффективные, которые в зависимости от используемого в них организационно-экономического механизма образуют три группы:

К первой группе отнесены формирования, где интеграция осуществляется на договорной основе юридически самостоятельными предприятиями. Среди них ассоциации и союзы: Ассоциация “Леноблптицепром” Ленинградской области, ООО ТПК “Балтптицепром” Калининградской области, Ассоциация птицеводческих и акционерных обществ “Оренбургптицепром” Оренбургской области и др. [196].



Рис. 4. Сущность интеграции в птицеводстве

Ко второй группе – агроформирования, образованные путем административно – экономического объединения предприятий, характерного для агрофирм. К ним можно отнести ЗАО “Птицефабрика РОСКАР”, “Птицефабрика Северная” и “Ручьи” Ленинградской области, АО “Линдовская птицефабрика – племзавод” Новгородской области, ЗАО “Агрофирма Лебедевская” Новосибирской области, ЗАО “Агрофирма Русь” Белгородской области, ЗАО “Агрофирма Восток” Волгоградской области, СХПК “Агрофирма Липецк” Липецкой области, ЗАО “Агрофирма Боровская” Курганской области и др. [318].

Третью группу образуют структуры, в которых интеграция осуществляется на основе централизации капитала. Это агрохолдинги и холдинговые компании. В Новгородской области – ЗАО АПК “Великий Новгород”, ОАО “Сеймовская птицефабрика” Нижегородской области, ОАО “Белореченское” Иркутской области, ЗАО “Элинар-Бройлер” Московской области, ОАО “Тюменский бройлер” Тюменской области и др. [267, 147].

Из всех отраслей сельского хозяйства наиболее привлекательной с точки зрения создания холдинговых структур является птицеводство. Это обусловлено особенностями отрасли. Агрохолдинги в птицеводстве строятся по технологической цепочке, чаще всего управляющая компания создается с участием областного управления сельского хозяйства и продовольствия. Это позволяет вести контроль за деятельностью агрохолдингов со стороны государственных структур [177]. Такой тип агрохолдингов считаем более предпочтительным, так как это будет препятствовать перераспределению капитала из сельского хозяйства в другие сектора экономики.

Несмотря на общую типизацию, каждый агрохолдинг уникален в силу региональных особенностей, кадрового потенциала, формальных и неформальных отношений внутри него.

Основными принципиальными чертами агрохолдингов в птицеводстве являются, по нашему мнению, следующие:

- инвестором выступает либо производитель, либо продавец зерна;
- инвестор вкладывает деньги из других прибыльных отраслей;
- создание путем приобретения инвестором сразу нескольких предприятий;
- сбытовая сеть у инвестора;
- создание по технологической цепочке (в агрохолдинг входят сельскохозяйственные, комбикормовые, перерабатывающие, торговые предприятия);
- непосредственное участие областной администрации.

Положительным примером создания агрохолдингов в отрасли птицеводства может служить агропромышленный холдинг по производству продукции птицеводства ОАО «Кировхлеб» Кировской области, в состав которого входят: в качестве сырьевой ступени холдинга земельные ресурсы нескольких предприятий Кировской области, комбинат хлебопродуктов – как перерабатывающая ступень холдинга; хлебокомбинаты №1 и №2 и шесть птицефабрик – как производственная ступень, а также собственная сеть оптовой розничной торговли. Основная цель данного холдинга – получение конкурентоспособной продукции за счет снижения себестоимости путем консолидации части убыточных предприятий в очерченный определенными рамками холдинг. Достижение определенного уровня конкурентоспособности с отечественными предприятиями на рынке Кировской области и России осуществляется за счет производства и реализации: мяса птицы и мясопродуктов до 1200-1400 т в месяц, яиц до 15 млн. шт. в месяц, комбикормов до 8-10 тыс. т в месяц (включая внутрихолдинговое потребление), хлебо-булочных изделий до 60-65 т/сутки и др. объем товарооборота в собственной розничной сети – 30-40 млн. руб. в месяц. [90].

Исследования по развитию интеграционных процессов в отрасли птицеводства позволили установить следующее:

1. Произошло укрупнение сильных птицеводческих хозяйств в результате их интеграции с предприятиями-банкротами.

Например, присоединение птицефабрики «Коробицино» к ЗАО «Птицефабрика «РОСКАР» позволило последней значительно нарастить объемы производства и улучшить его результаты [74].

2. Значительно увеличился производственный потенциал предприятий.

В Липецкой области заслуживает внимания опыт работы интегрированной структуры ООО «Золотой Петушок Инвест», которая включает в себя 10 птицефабрик, птицеперерабатывающий цех и комбикормовый завод. Осуществление комплекса инвестиционных мероприятий в объеме 25 млн. долл. позволило в короткие сроки создать самую современную промышленную основу для производства мяса птицы, выращивания и содержания взрослого племенного стада, выработки полноценных комбикормов, а также иметь разветвленную фирменную сеть для реализации готовой продукции не только в регионе, но и за его пределами, включая г. Москву и зарубежные предприятия быстрого питания [33].

3. Улучшилось качество продукции.

Многие птицефабрики активно включились в реформирование системы сертификации, внедряя систему управления качеством и

безопасностью продукции – ХАССП. Это прежде всего относится к таким интегрированным предприятиям, как ЗАО “Птицефабрика “РОСКАР”, ЗАО АПК “Великий Новгород”, ЗАО “Элинар-Бройлер” и др., которые одними из первых получили во Всероссийском НИИ сертификации Госстандарта России сертификат соответствия международному стандарту ИСО [277].

4. Вырос уровень глубокой переработки мяса птицы.

В среднем уровень глубокой переработки мяса птицы составляет 30%, а на отдельных предприятиях Ленинградской, Свердловской, Пермской и других областей реализуют почти половину мяса птицы в переработанном виде свыше 50%. Например, на “Ивановском бройлере” уровень глубокой переработки мяса птицы составляет 45%, на “Юрьевецкой” птицефабрике – 50%, на “Тюменском бройлере” – 55%, на “Пермской” птицефабрике – 57%, в ЗАО АПК “Великий Новгород” – 70%, на “Кировоградской” птицефабрике – 82% [60,78].

5. Наращивание ассортимента продукции.

Среди птицеводческих предприятий, специализирующихся на выпуске широкого ассортимента продуктов высокой степени готовности следует отметить ЗАО АПК “Великий Новгород”, ОАО “Сеймовская птицефабрика”, ОАО “Тюменский бройлер” и др. [258].

6. Интеграция способствовала снижению себестоимости продукции, увеличению объемов производства, росту прибыли от реализации продукции.

В Ленинградской области объединились птицефабрики “Сквирицы” и “Заводская”. Если в 2004 г. прибыль при объединении составила 10,2 млн. руб., то в 2007 г. – 38,9 млн. руб. [74].

7. Интеграция позволила улучшить содержание социальной и инженерной инфраструктуры.

Такие птицеводческие предприятия, как птицефабрика “Подкумская” Ставропольского края, ЗАО “Птицефабрика Северная” Белгородской области, ООО “Равис-птицефабрика Сосновская” и др. осуществили техническое перевооружение, в результате чего повысилась производительность труда в среднем на 15-20%, расход кормов сократился в среднем на 2%, потребление электроэнергии в среднем сократилось на 15-40%, воды – на 65-70% [270].

Изменения произошли и в социальной сфере. Средняя заработная плата на таких птицеводческих предприятиях, как ЗАО “Птицефабрика Оренбургская” Оренбургской области, ОАО “Орловщина”, Орловской области, ООО “Птицефабрика Снежжа” Брянской области и др. [85, 130, 222, 252]. В среднем составила на 2007г. 5000 рублей. На хозрасчетные отношения переведены все подразделения данных

птицеводческих предприятий, на их балансе находятся жилые поселки. Руководство изыскивает средства для нового строительства жилья для работников. Укрепляется сфера культурно-бытового, решаются вопросы медицинского обслуживания [254, 283].

Проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что развитие процессов интеграции в отрасли птицеводства обусловлено объективными явлениями, происходящими в экономике в целом, и является одним из направлений решений проблем, заключающихся в стабилизации производства продукции птицеводства и создании условий для его экономического роста. В отрасли птицеводства интеграция развивается в трех направлениях:

1. Создание агрофирм путем присоединения неплатежеспособных сельхозпредприятий к финансово – устойчивым хозяйствам. При этом сельхозпредприятие укрупняется, если сильное хозяйство присоединяет слабое, или создается новое агроформирование, когда один из участников интеграции – несельскохозяйственное предприятие (например, ЗАО “Птицефабрика “Северная” Ленинградской области).

2. Создание агроформирований при слиянии юридических лиц. Примером является ЗАО АПК “Великий Новгород” Новгородской области.

3. Учреждение интегрированных агроформирований путем объединения капитала. В АПК России это создание агрохолдингов с привлечением большого количества сельхозпредприятий. В Северо-Западном регионе успешно функционирует ООО “Холдинговая компания “Парнас”, объединившая птицефабрики, животноводческие, мясоперерабатывающие предприятия и фирменную торговлю.

Разнообразные организационные формы агропромышленной интеграции используются в зарубежных странах, для птицеводства большинства которых характерен непрерывный процесс горизонтальной и вертикальной интеграции узкоспециализированных предприятий и последовательной концентрации производства и капитала. Одной из характерных черт современного производства продукции в странах с высокоразвитым птицеводством является то, что цепочка последовательно взаимосвязанных технологических операций составляет единый технологический процесс и организационно объединена в замкнутый технологический цикл в рамках одного предприятия, объединения, фирмы.

Аграрная политика большинства развитых зарубежных стран нацелена на создание как экономических условий для успешного ведения сельскохозяйственного производства, так и организационных основ, позволяющих производителям отстаивать их экономиче-

ские интересы и использовать возможности перерабатывающей промышленности и рынка для увеличения доходности совместной их деятельности. Значительные позиции в структуре такого рода организационных основ принадлежат кооперативам, а также специализированным ассоциациям, имеющим кооперативную форму [179].

Основные типы фирм-интеграторов в США представляют собой инкубаторные станции, компании по производству, комбикормовый завод, птицеперерабатывающие предприятия, фирмы розничной торговли, головная контора с управленческим аппаратом и 150-300 фермеров. Спецификой агропромышленных объединений стран ЕС является их транснациональный характер, а интеграторами, как правило, служат крупные предприятия I и III сфер АПК, комбикормовой и пищевкусовой промышленности, торговые организации. Развитие птицеводства в Германии базируется на кооперации крупных фирм (селекционно-генетические компании, комбикормовые заводы, убойное предприятие и др.).

Отличительной особенностью организации производства птицеводческой продукции в развитых зарубежных странах является то, что при достаточно высоком уровне производства и капитала в рамках крупных компаний или кооперативных образований (Западноевропейские страны, Япония), производство яиц и откорм цыплят-бройлеров в основном осуществляется на базе мелких хозяйств семейного типа [243].

Наиболее универсальной и гибкой формой интеграции сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности является договор контрактации. Эта организационная форма взаимодействия субъектов наибольшее распространение получила при производстве и переработке скоропортящегося сырья. Основными функциями контрактов являются контроль качества и сроков поставки продукции. Но часто такие отношения сопровождаются передачей части ресурсов и технологического опыта контрагенту для производства контрактующей продукции. В силу этого контракты могут носить производственный и сбытовой характер. Производственные контракты содержат условия производства, поставки и цены продукции и предполагают участие подрядчика в производственном процессе. В США наиболее развита производственная контрактация, в странах ЕС – контрактация по реализации продукции (сбытовая контрактация). В США по системе контрактов производят 50% куриных яиц. Из стран ЕС производство и сбыт яиц по системе контрактов получило развитие в Нидерландах (50%), в Великобритании (65%), в Бельгии (70%), в Дании (75%) а также при производстве и сбыте бройлеров – 90% во Франции, в Италии и

Бельгии – 75%. В этой сфере агропромышленного производства интеграторами являются птицеводческие фирмы, которые владеют инкубаторными станциями, комбикормовыми заводами, птицеперерабатывающими предприятиями [231].

Одним из направлений развития интеграции в продовольственном комплексе зарубежных стран являются вертикально интегрированные объединения на основе единой собственности (прямое комбинирование). Например, такими объединениями в США производится около 20% яиц, в Великобритании ими производится 50%, в Германии – 35-40% товарного яйца [306].

Таким образом, обобщение опыта многообразных форм межотраслевого кооперирования в птицеводстве стран с рыночной экономикой позволяет условно объединить их в три группы:

1. Характеризуется высоким удельным весом кооперативной системы в организации производства продукции птицеводства и реализуется в США, Западно-Европейских странах, Японии.

2. Включает в себя систему контрактных отношений, носящих производственный и сбытовой характер (США, Западно-Европейские страны).

3. Включает в себя систему вертикальной интеграции на основе единой собственности (прямое комбинирование). Получила преимущественное развитие в США, Великобритании, Германии [149].

Практика и результаты исследований российских ученых, зарубежный опыт позволяет сделать вывод, что кооперирование и интегрирование птицеводческих предприятий различных форм собственности, частных и личных подсобных хозяйств населения с предприятиями и организациями других взаимосвязанных отраслей и производств являются решающими условиями быстрой и эффективной стабилизации отрасли птицеводства.

Наиболее верным направлением стабилизации отрасли птицеводства в настоящее время, по нашему мнению, является развитие агропромышленной интеграции на базе птицеводческих предприятий. Это подтверждается также исследованиями отечественных ученых (Г. Нерубенко, А. Гордеев, В. Фисинин, Е.П. Чирков, Н.В. Денин и другие), которые считают, что для повышения эффективности промышленного птицеводства предпочтение следует отдавать интеграции, когда последовательно взаимосвязанные технологические операции составляют единый технологический процесс (производство зерна, комбикормов, животноводческой продукции; переработка сельскохозяйственного сырья и реализация продуктов питания в фирменных магазинах) и организационно объединены в замкнутый технологический цикл в рамках единого предпри-

ятия. Это позволяет стабилизировать отрасль и обеспечивать ее дальнейшее развитие [71, 86, 87, 88, 187, 275, 299].

Разработка рационального экономического механизма функционирования интегрированного предприятия в отрасли птицеводства определяется, прежде всего, спецификой совместно решаемых задач, которые являются стержнем всего экономического механизма, связывающим его элементы в единую систему, и особенностями организационной формы объединения участников.

1.3. Проблемы организации эффективного функционирования промышленного птицеводства

Проблеме развития и повышения эффективности птицеводства посвящено значительное количество работ отечественных экономистов-аграрников: И.А. Бахтина, И.М. Бредихина, И.Н. Буздalова, А.Г. Губанова, Н.В. Денина, В.А. Добрынина, М.М. Жигалина, К.И. Карюкиной, Л.И. Макарец, В.И. Фисинина, Е.П. Чиркова, М.Ф. Шкляра и др. [24, 42, 44, 88, 95, 96, 101, 103, 167, 213, 297]. В научной литературе, рассматривая вопросы повышения эффективности птицеводства, авторы предлагают при определении эффективности пользоваться системой показателей. Одни полагают, что система показателей эффективности производства должна отражать использование основных факторов производства: трудовых и материальных, при этом одним из основных выдвигают производительность труда и чистую продукцию [109, 114, 115, 164, 181, 199, 204]. Внимание других учёных уделялось изучению уровня и эффективности интенсификации производства, производительности совокупного труда и эффективности использования основных производственных фондов [194, 201, 212, 224, 302, 305, 311].

Как известно, получение продукции связано с определёнными издержками труда и средств. Соотношение издержек производства и достигнутых результатов, по мнению отдельных экономистов, и образует систему показателей эффективности птицеводства. Для сравнения экономической эффективности производства продукции птицеводства предлагалось использовать показатели затрат и полученных результатов, исчисленные на различных основах (на 100 га земельных ресурсов, на среднегодовое поголовье птицы, на единицу веса или количества продуктов птицеводства), определение которых имеет свои достоинства и недостатки [120, 221].

Отдельные экономисты предлагают в качестве важнейших показателей эффективности и качества, характеризующих конечные результаты деятельности птицеводческих предприятий, продуктив-

ность птицы, производительность труда, себестоимость основных видов продукции, фондоотдачу и рентабельность [7, 18, 20, 138, 165]. Другие авторы главными в системе экономической эффективности птицеводства считают показатели прибыли, валового дохода, стоимости валовой продукции и производства мяса в расчёте на одно птицеместо. Ставя на первое место в системе показателей конечный финансовый результат, они исходят из того, что вся производственная деятельность товаропроизводителей будет направлена на максимальное увеличение прибыли [77, 309].

В работах ряда экономистов утверждается также, что в качестве основных показателей эффективности птицеводства необходимо применять показатели, характеризующие эффективность затрат живого труда, производственных фондов, издержек производства (окупаемость производственных затрат, производство валового и чистого дохода в расчёте на единицу затраченного труда и средств). Определение эффективности производства как результата взаимодействия многих взаимосвязанных факторов требовало при этом дополнительных показателей, характеризующих качественные и количественные параметры применяемых ресурсов и интенсивность их функционирования в процессе производства и реализации продукции птицеводства. Важнейшими среди них предлагалось считать среднегодовую яйценоскость кур, затраты труда и кормов на единицу продукции, выход яиц с каждого птицеместа, прибыль на курицу-несушку, птицеместо качество продукции.

В систему показателей, характеризующих эффективность отдельных сторон деятельности птицеводческого предприятия и производства в целом выдвигались также и такие, как уровень специализации, сохранность поголовья, возраст и вес забиваемого молодняка, выход мяса на одну несушку, использование основных производственных фондов сельскохозяйственного назначения, окупаемость капитальных вложений и др. [77, 253].

Вышеизложенное свидетельствует о том, что проблема оценки эффективности работы птицеводческих предприятий в экономической литературе рассматривается многими авторами. Изучение литературных источников показало, что среди экономистов нет единого мнения по вопросу определения экономической эффективности птицеводческих предприятий.

На наш взгляд, при формировании системы показателей экономической эффективности производства продукции птицеводства, в условиях развития интеграционных процессов, целесообразно использовать как обобщающие, так и более конкретные показатели, отражающие особенности отрасли птицеводства: продуктивность птицы

по возрастным группам, сохранность поголовья, возраст и вес забиваемого молодняка, выход мяса на Одину несущку, расход кормов на единицу продукции птицеводства, производительность труда, использование основных производственных фондов сельскохозяйственного назначения (выход продукции на 100 руб. основных фондов), себестоимость различных видов продукции при выделении рентабельности как обобщающего показателя эффективности.

При интенсивном развитии отрасли система таких показателей, как и при характеристике других экономических процессов, должна включать в себя две группы: факторные и результативные. Они в свою очередь подразделяются на стоимостные и натуральные, главные и дополнительные, общие и частные. Для научного обоснования и практических расчётов эффективности птицеводства необходимо использовать систему показателей в натуральной и стоимостной формах и идти от общих показателей к более конкретным.

Одним из наиболее важных показателей эффективности промышленного птицеводства в настоящее время является продуктивность птицы (яйценоскость и среднесуточный привес). Однако в нем не учитывается то, что при селекции яичных пород птицы в каждой линии и гибриде заложены определенные потенциальные возможности продуктивности (интенсивность яйцекладки, средняя масса яиц), жизнеспособность (сохранность) и конверсия корма. Отсюда при определении эффективности производства яиц правильнее было бы учитывать количество получаемой яичной массы. В настоящее время при определении продуктивности только по количеству снесенных яиц теряется из виду качество продукции (оно находит отражение лишь в конечном показателе – рентабельности).

При проектировании птицефабрик основным показателем, характеризующим их мощность, является количество птицемест. Поэтому при определении экономической эффективности птицеводства первостепенное значение необходимо придавать использованию птицемест, а на предприятиях яичного направления – показателю выхода яиц на одно птицеместо [87].

На строительство птицефабрик затрачиваются громадные суммы бюджетных средств. И поэтому важно, как введенные в строй мощности эксплуатируются, сколько высококачественной товарной продукции поступает в торговую сеть. Если существующие птицеводческие предприятия будут рационально использовать свои мощности, то государство может сэкономить значительные средства, используемые на строительство новых объектов. Поэтому так важен показатель качества продукции, получаемой на одно птицеместо. В связи с этим Ю.М. Степанов и другие исследователи спра-

ведливо считают, что показателю среднегодовой продуктивности на курицу-несушку следует придать второстепенное значение, а более емкий показатель - годовое производство яиц на одно птицеместо, которое характеризует степень использования активной части производственных фондов, а также уровень интенсивности использования кур-несушек ввести в отчетность [253].

Таким образом, экономическая эффективность производственной деятельности птицеводческого предприятия при усилении развития интегрированного производства характеризуется многими показателями, которые, будучи тесно связаны между собой, раскрывают отдельные стороны производства. Поэтому всестороннюю оценку состояния и развития промышленного птицеводства можно дать только системой показателей, взаимодействующих между собой с выделением интегрального обобщающего показателя - обеспечение рентабельности производства [77, 87, 253, 264].

Учитывая, что рост цен на сельскохозяйственную продукцию, в том числе и на птицеводческую и на промышленные средства, включаемые в текущие затраты, неодинаков и не в пользу сельского хозяйства, динамика рентабельности за последние года имеет тенденцию к снижению, что далее будет рассмотрено более подробно на фактических материалах, присоединяемся к мнению этой группы учёных и считаем, что на современном этапе развития промышленного птицеводства при усилении развития интегрированного производства задача оценки экономической эффективности производства может быть решена путём применения метода системного анализа. Под системой следует подразумевать совокупность факторов, закономерно связанных друг с другом в единое целое.

Экономическое положение хозяйствующего субъекта зависит от состояния целостного воспроизводительного процесса как явления, в котором обладающие потребностями люди целенаправленно воздействуя орудиями труда на предметы труда, превращают их в продукты труда, реализуемые для удовлетворения этих потребностей.

Одной из основных задач определения повышения экономической эффективности птицеводства является изучение динамики и структуры факторов, определяющих уровень эффективности производства. Без её решения невозможно реально оценить имеющиеся резервы и пути повышения экономической эффективности.

Обобщив накопленный опыт классификации факторов роста сельскохозяйственного производства в целом, и отрасли птицеводства в частности, предлагаем использовать применительно к промышленному птицеводству следующую классификацию факторов

повышения эффективности производства птицеводческой продукции в условиях развития интегрированного производства (рис. 5).

Предлагаемая нами классификация факторов экономической эффективности производства птицеводческой продукции в условиях развития интеграции дает четкое их разграничение. Характерные признаки каждой группы отражены в предметном и общем определении, ориентированном на соответствующую роль в развитии производства птицеводческой продукции в условиях развития интеграции и повышения его экономической эффективности. Такой подход отражает принципы системного анализа и по возможности позволяет более четко разграничить функциональную роль факторов эффективности.

Технические и технологические факторы, действующие в процессе производства при рациональной его организации в **полной ресурсно-технологической сбалансированности**, являются фактически факторами эффективности сельскохозяйственного производства.

Совокупность действующих технических и технологических факторов обеспечивает максимизацию выхода птицеводческой продукции при минимальных затратах ресурсов через научно обоснованные системы животноводства, рациональное использование ресурсов, а также максимально полное сохранение природы и окружающей среды. На экономическую эффективность эти факторы действуют, главным образом, через рост производительности труда, более высокие показатели производства продукции, ее сохранности и качества.

Экономические факторы для обеспечения высокоэффективного производства имеют решающее значение. Комплекс действующих экономических факторов по сути дела обеспечивает расширенное воспроизводство, что прежде всего определяется превышением дохода над производственными затратами и возможностью вести производство на принципах самофинансирования при рациональном и эффективном соотношении фондов накопления и потребления, платежей в бюджет и формирования резервного фонда. Особое значение здесь имеют формы и принципы построения экономических отношений, методы управления и стимулирования, соответствующие содержанию хозяйственного механизма рыночной ориентации. Действие экономических факторов должно обеспечить финансовую устойчивость и платёжеспособность птицеводческих предприятий.



Рис. 5. Подсистемы отрасли птицеводства и факторы, определяющие их эффективность в условиях развития интегрированного производства

В результате действия комплекса социальных факторов должно быть обеспечено расширенное воспроизводство населения и, следовательно, трудовых ресурсов как для АПК, так и для отрасли птицеводства путём создания и постоянного улучшения надлежащих материальных и культурно-бытовых условий работников сельского хозяйства. Это связано с дополнительными вложениями производственных ресурсов на преобразование условий труда и жизни работников. В этом плане они выступают в тесной связи с техническими, технологическими, организационными и экономическими факторами.

Вместе с тем социальные факторы как таковые, их обусловленность меняющимися производственными отношениями, прав собственности и результаты труда непосредственных товаропроизводителей создают качественно новые моральные стимулы для более производительной деятельности человека. Важно лишь, чтобы социальные стимулы к труду подкреплялись экономическими, материальными стимулами. В этом смысл и главное содержание важнейшего общеэкономического положения об особом значении в развитии экономики личной материальной заинтересованности.

В условиях интегрированного производства важное значение имеют организационные факторы эффективности птицеводческого производства.

От их действия зависит уровень организации и управления производством, а, следовательно, и действие рассмотренных выше факторов.

Птицеводство развивается, как сложная социально - экономическая система, что находит отражение в изменении функциональных и организационных подсистем. Совокупное действие технологических, экономических, социальных и организационных факторов создаёт такие условия, при которых производство птицеводческой продукции может оказаться эффективным и обеспечить расширенное воспроизводство. В соответствии с этим и должна формироваться система оценочных показателей для определения эффективности птицеводства, отражающая действие всех указанных факторов.

Изучение теоретических основ экономики и организации отрасли птицеводства, позволяет сделать следующие выводы.

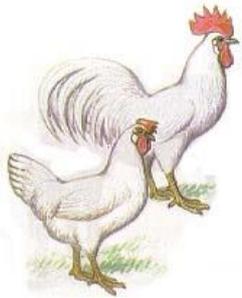
Развитие отрасли и межотраслевое взаимодействие при производстве продукции птицеводства на современном этапе имеют свою специфику, что отражается в многообразии интегрированных формирований, функционирующих на базе птицеводческих предприятий.

Систематизация моделей интеграции в отрасли птицеводства позволила выделить наиболее эффективные модели, которые в за-

висимости от используемого в них организационно-экономического механизма образуют три группы: формирования, где интеграция осуществляется на договорной основе юридически самостоятельными предприятиями; агроформирования, образованные путем административно-экономического объединения предприятий, характерного для агрофирм; структуры, в которых интеграция осуществляется на основе централизации капитала.

Основной целью создания интегрированных формирований является санация ресурсного потенциала предприятий-участников, обеспечение роста конкурентоспособности продукции, и что весьма значимо, устранение социальной напряженности. Поэтому критериями эффективности функционирования этих структур могут выступать: достижение конкурентоспособности; ведение расширенного воспроизводства; обновление и эффективное использование имеющегося ресурсного потенциала; социальная эффективность; региональный экономический и социальный эффект функционирования структуры. Обобщающим показателем эффективности интегрированных формирований в отрасли птицеводства является обеспечение рентабельности производства.

Обобщив накопленный опыт классификации факторов роста сельскохозяйственного производства в целом, и отрасли птицеводства в частности, предлагаем использовать классификацию социальных, технических, технологических, экономических и организационных факторов повышения эффективности производства птицеводческой продукции в условиях развития интегрированного производства.



2. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РЫНКА ПРОДУКЦИИ ПТИЦЕВОДСТВА, ЭФФЕКТИВНОСТЬ ОТРАСЛИ И ЕЁ РОЛЬ В РЕШЕНИИ ВОПРОСА НАЦИОНАЛЬНОЙ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

2.1. Рынок продукции птицеводства в России и зарубежных странах

Рынок продукции птицеводства является одним из крупнейших на продовольственном рынке страны. Он имеет свои особенности, так как на его состояние и развитие существенное влияние оказывает импорт мяса птицы. Сложившаяся ситуация на российском рынке продукции птицеводства оставляет желать лучшего. Она характеризуется прежде всего стихийностью происходящих процессов. Проведение экономических реформ не дало желаемого результата. Отсутствие эффективных экономических отношений привело к спаду производства и потребления продуктов питания, значительному ухудшению благосостояния населения и условий деятельности сельскохозяйственных товаропроизводителей. За период с 1990 по 2005 г. производство мяса птицы в стране уменьшилось в 2,1 раза, яиц – на 23%. Ситуация на рынке птицеводческой продукции несколько стабилизировалась после включения отрасли в приоритетный национальный проект “Развитие АПК”. Однако необходимо ещё немало сил и времени, чтобы отрасль птицеводства вышла на безубыточный уровень производства.

Промышленное птицеводство одно из немногих узкоспециализированных отраслей АПК, которое создавалось как комплексная интегрированная система, обеспечивающая все процессы от воспроизводства птицы до производства готовой продукции и ее реализации.

Выбор на развитие промышленного птицеводства был сделан с учетом мировой практики, достижений науки и передового опыта. Важный фактор, обуславливающий индустриализацию отрасли – ее скороспелость и быстрая окупаемость вложений. Совокупность мер, осуществляемых государством, при использовании достижений науки выдвинуло отрасль в число важнейших источников пополнения ресурсов продовольствия.

Производство яиц во всех категориях хозяйств увеличилось с 16,8 млрд. штук в 1965 году до 47.5 млрд. штук в 1990 году, то есть почти в 2 раза, мяса птицы в убойной массе с 371 до 1801 тыс. тонн, или практически в 5 раз. В 1990 году на душу населения в Российской Федерации производилось 320 яиц – первое место среди стран с развитым птицеводством и по 12,4 кг мяса птицы (убойной массы) – четвертое место против 141 шт. и 3 кг соответственно в 1965 году.

К сожалению, в результате воздействия целого ряда политических и общеэкономических причин в стране, разрушения вертикальной системы государственного управления единым производственным процессом, отсутствия законодательно-правового и нормативного обеспечения с начала 90-х годов произошел значительный спад производства животноводческой продукции, в том числе и продукции птицеводства. К 1997 году производство мяса различных видов скота и птицы снизилось более чем на 50%, в том числе говядины – на 45%, свинины – на 56%, баранины – на 50% и птицы – на 65% (таблица 4).

4. Производство различных видов мяса и яиц в России в 1990-1997 годах тыс.тонн

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1997 в % к 1990
Говядина	4329	3989	3631	3359	3240	2733	2630	2395	55
Свинина	3480	3190	2784	2432	2104	1865	1705	1546	44
Птица	1801	1751	1428	1277	1068	859	690	630	35
Баранина	395	347	329	359	315	240	230	199	50
Прочее	107	98	88	86	76	99	81	84	78
ИТОГО МЯСА	10112	9375	8260	7513	6803	5796	5336	4854	48
Яиц, млрд. штук	47,5	46,9	42,9	40,3	37,5	33,8	31,9	32,2	68

Кризис определялся отсутствием нормативно-правовой базы, позволяющей оперативно осуществлять регулирование сырьевого и продовольственного рынков и обеспечивать в достаточной степени ценовую конкуренцию отечественной продукции.

Так, цена, в частности, на корма за период 1990-1997 годов выросла в 5,6 раза, электроэнергию – в 15 раз, газ – в 6 раз, в то время как потребительская цена на мясо птицы имела реальную возможность повыситься только в 4,4 раза и на яйцо – в 5,6 раза. Именно птицеводство оказалось наиболее чувствительным к происходящим процессам, так как покупные ресурсы в объеме затрат на производство птицеводческой продукции составляют практически 90% (таблица 5).

Кроме того, отсутствие должных государственных мер в сфере таможенно-тарифного регулирования, системы сбыта, обеспечивающей на внутреннем рынке равные условия для всех поставщиков продукции, способствовали стремительному росту поставок мяса птицы по импорту по демпинговым низким ценам. Только в 1 квартале 1994 года Правительство Российской Федерации приняло решение о введении таможенной пошлины на мясо птицы, ввозимое по импорту, и до мая 1995 года она составляла всего лишь 15%. К этому времени удельный вес импорта на рынке мяса птицы составлял 49%, а к концу 1997 года он превышал отечественное производство в 1,8 раза.

5. Формирование рынка мяса птицы (тыс. тонн убойной массы)

Годы	Отечественное производство	Импортные поставки	Общий объем продукции на рынке РФ	Удельный вес импорта, %	Потребление мяса птицы на душу населения, кг	
					всего	в т.ч. отечественного
1990	1801	44,1	1845,1	2,4	12,4	12
1991	1751	45,6	1796,6	2,5	12,1	11,8
1992	1428	45,7	1473,7	3,1	9,9	9,6
1993	1277	73,9	1350,9	5,5	9,1	8,6
1994	1068	500,6	1568,6	31,9	10,6	7,2
1995	859	825,4	1684,4	49	11,4	5,8
1996	690	754,3	1444,3	52	9,8	4,7
1997	630	1146,6	1776,6	64,5	13,0	4,3

Принимаемые решения Правительством Российской Федерации, Министерством сельского хозяйства Российской Федерации и самими птицеводческими предприятиями позволили оперативно стабилизировать положение в отрасли и с 1998 года выйти на положительную динамику роста птицеводческой продукции.

Прирост производства мяса птицы за период стабилизации составил 1910 тыс. тонн (1997 – 630 тыс. тонн, 2009 – 2540 тыс. тонн) и позволил не только достичь, но и превысить уровень 1990 года более чем на 40%.

В настоящее время птицеводство России является единственной отраслью в агропромышленном комплексе, которая смогла в короткие сроки увеличить объемы производства мяса птицы практически в 4 раза. Среднегодовой прирост мяса птицы за эти годы составил – 25%. Прирост производства яиц – 7,2 млрд. штук (1997 – 32,2 млрд. штук, 2009 – 39,4 млрд. штук) (таблицы 6,7).

6. Производство различных видов мяса и яиц в России в 1998-2010 годах тыс. тонн

	1997	1998	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010 (прогноз)	2010 в % к 1997
Говядина	2395	2247	1894	1759	1705	1690	1769	1728	1734	72
Свинина	1546	1505	1569	1520	1642	1873	2042	2219	2356	152
Птица	630	690	755	1388	1632	1925	2217	2540	2835	в 4,5 раза
Баранина	199	178	119	150	153	163	174	178	180	90
Прочее	84	83	95	80	65	64	66	17	75	83
ИТОГО	4854	4703	4432	4897	5189	5706	6268	6682	7180	148
Яйцо, млрд.шт.	32,2	32,7	34,1	37,1	38,2	38,2	38,1	39,4	41,4	129

7. Основные экономические показатели отрасли в 1998-2009 годах

	1998	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2009 в % к 1998
Среднесуточный прирост бройлеров, грамм	26	32	43	44,5	45	46,5	47,5	183
Затраты корма на 1 кг прироста, кг	3,20	2,70	1,93	1,90	1,88	1,87	1,86	58
Яйценоскость кур-несушек яичных кроссов, штук	243	269	304	304	308	306	308	127
Затраты корма на 1 десяток яиц, кг	1,76	1,65	1,45	1,36	1,36	1,35	1,33	75

За два года реализации Госпрограммы (2008-2009) отечественные товаропроизводители увеличили производство мяса птицы на 615 тыс. тонн или на 32%, яиц – на 1,2 млрд. штук или на 3%.

Необходимо отметить, что в стабилизации и обеспечении прироста птицеводческой продукции огромная роль отводится работе по:

- обеспечению товарных предприятий качественным потенциально высокопродуктивным племенным поголовьем;
- созданию непосредственно на предприятиях базы (комбикормовые заводы) по производству сбалансированных кормов;
- оптимизации режимов содержания птицы;
- совершенствованию технологических приемов защиты птицы от болезней, что позволило значительно увеличить продуктивность и сократить затраты кормов.

Повышение продуктивности бройлеров, сокращение сроков откорма позволили увеличить оборот бройлеров с 4 (1990г.) до 6,5 (2009 г.) и увеличить выход бройлеров на несушку более чем на 120 кг убойной массы (78 кг – 1990 г., 230 кг – 2009 г.).

В результате кооперации производственных процессов, в частности, создания собственной кормовой базы, порядка 70% используемых в процессе производства кормов вырабатывается

непосредственно самими птицеводческими хозяйствами, что одновременно способствует повышению качества и снижению их стоимости на 25-30% (таблица 8).

8. Производство комбикормов

	1990г.	1998г.	2000г.	2009г.
На предприятиях комбикормовой промышленности, %	95	75	45	30
Непосредственно на птицеводческих предприятиях, %	5	25	55	70

Дополняющим фактором в этом отношении явилась политика присоединения в последние годы птицеводческими предприятиями обанкротившихся в свое время сельскохозяйственных предприятий.

Были разработаны и уже частично реализованы в практике работы ряда птицефабрик параметры энергетического, протеинового, аминокислотного, жирно-кислотного, витаминного и минерального питания с максимальным использованием в рецептуре кормов нетрадиционных компонентов и новых кормовых форм биологически активных и минеральных веществ отечественного производства. Наряду с этим были разработаны и освоены в производстве более дешевые рецепты комбикормов с минимальным содержанием живого белка и применением мультиэнзимных комплексов с учетом содержания некрахмалистых полисахаридов. Шагом вперед в протеиновом и аминокислотном питании явилось то, что была определена потребность птицы в 12-и незаменимых аминокислотах с учетом их доступности, изучено их содержание в кормовых средствах. Это позволило снизить содержание сырого протеина в рационах для птицы на 0,5-2,0%, удешевить комбикорма на 7-10%, уменьшить загрязнение почвы азотом.

Повышение экономической эффективности, улучшение финансовых показателей птицеводческих предприятий самым тесным образом было связано с ветеринарным обслуживанием. С одной стороны, улучшение работы было невозможно без соответствующего ветеринарного обслуживания, с другой – именно улучшение финансовых показателей позволило улучшить ветеринарное обслуживание. Для успешного ведения птицеводства были разработаны новые средства диагностики, а также препараты для профилактики малоизученных в России инфекционных болезней. Выпуск качественных отечественных вакцин позволил резко сократить заболеваемость болезнью Марек.

Были внедрены в производство эффективные вакцины против инфекционного гидроперикардита, реовирусной инфекции и инфекционного ларинготрахеита, проведены их производственные испытания.

В период стабилизации отрасли было достигнуто значитель-

ное улучшение качества отечественного мяса птицы и, тем самым, повышена его конкурентоспособность.

Выросший уровень глубокой переработки позволил некоторым предприятиям вырабатывать более 150 наименований продукции: диетические продукты с пониженным содержанием жира, продукты для детей, различные этнические продукты, а также дешевые полноценные продукты массового спроса, способные составлять достойную конкуренцию импортному мясу птицы.

В 2009 году из общего объема произведенного мяса птицы 44% реализовано тушками из них 53% в охлажденном виде, 26% натуральными полуфабрикатами, из которых 57% в охлажденном виде и 30% в виде колбас, консервов и продуктов из мяса птицы, готовых к употреблению (таблица 9).

9. Ассортимент мяса птицы отечественного производства

	1990 г.	2009 г.	2009 г. +,- к 1997 г.
Тушки, %	94,5	44	-50,5
Из них охлажденных, %		53	
Натуральные полуфабрикаты, %	4,5	26	+21,5
Из них охлажденные, %		57	
Колбасы, консервы, продукты из мяса птицы, готовые к употреблению, %	1	30	+29

В яичном производстве: 71% яиц реализуется по ГОСТу, 16,5% – яйца, обогащенные селеном, йодом, витаминами, полиненасыщенными жирными кислотами, 5% яиц идет на выработку сухих яичных продуктов, 7,5% – на выработку жидких пастеризованных в асептической упаковке яичных продуктов.

Повышение качества, расширение и улучшение ассортимента стало возможным благодаря проводившейся в этот период реконструкции отечественных предприятий. Из простых цехов, осуществлявших забой птицы, они превратились в современные цеха по переработке мяса птицы (таблица 10).

Модернизация проводилась путем оснащения действующих убойных цехов линиями взвешивания, разделки и упаковки тушек; создания новых высокоавтоматизированных комплексов от ведущих мировых производителей и поставщиков птицеперерабатывающего оборудования, а также благодаря созданному и внедренному ВНИИПП отечественному оборудованию для механизации процесса потрошения, машин для разделки тушек всех видов птицы, обвалки грудной части цыплят-бройлеров, выделения бескостного кускового мяса из окорочков тушек цыплят-бройлеров.

10. Ассортимент яиц

	1990 г.	2009 г.	2009 г. +/- к 1997 г.
Товарное яйцо по ГОСТу, %	96	71	-25
Обогащено селеном, йодом, витаминами, полиненасыщенными кислотами, %	0	16,5	+16,5
Сухие яичные продукты, %	4	5	+1
Жидкие яичные продукты, %	0	7,5	+7,5

В целях дальнейшего расширения рынка мясной продукции, данные направления в выпуске продукции из мяса птицы необходимо развивать.

Непосредственное государственное воздействие на рынок продукции птицеводства должно осуществляться путем: обеспечения паритетных отношений обмена между сферами птицепродуктового подкомплекса; прямой товарной интервенции государства на рынках продукции птицеводства; участия в производстве и реализации мяса птицы и яиц; принятия целевых государственных программ по развитию птицеводства; управления качеством продукции через развитие системы стандартов, условий и качественных характеристик; кредитования и налогообложения; правового и методического обеспечения государственного регулирования рынка продукции птицеводства; установления соответствующих государственных пошлин на ввозимую в страну продукцию птицеводства и субсидий на экспорт.

Одной из важнейших стратегических задач государства должно стать восстановление эффективного конкурентоспособного агропромышленного производства, обеспечивающего продовольственную безопасность страны, прежде всего, за счёт увеличения внутреннего производства. Экономический механизм, действующий в птицепродуктовом подкомплексе, должен обеспечить не только восстановление и устойчивое производство отечественных продуктов птицеводства, но и его дальнейшее развитие.

Острая конкурентная борьба на отечественном продовольственном рынке и, в частности рынке продукции птицеводства, требует структурной перестройки сложившихся форм организации производства и реализации данного вида продукции, адаптации их к требованиям рынка.

Рынок продукции птицеводства представляет собой совокупность социально-экономических отношений в сфере производства, переработки и распределения продукции птицеводства, основанных на взаимодействии спроса и предложения. Формирование рынка продукции птицеводства обусловлено наличием потребностей в

мясе птицы и яйцах, а также традиционными особенностями размещения и уровня производства продукции птицеводства. Важная роль в решении данного вопроса должна принадлежать маркетингу. Субъектами данного рынка являются производители яиц и мяса птицы – сельскохозяйственные предприятия, личные подсобные хозяйства населения, крестьянские (фермерские) хозяйства; перерабатывающие организации – птицекомбинаты, малые цеха по переработке мяса птицы и производству продукции птицеводства, предприятия общественного питания; потребители – население.

Внедрение системы маркетинга требует от птицеводческих предприятий структурных изменений в ее организации и управлении. Предприятия с маркетинговой ориентацией сбыта продукции птицеводства и ее переработки более восприимчивы к конъюнктуре рынка. Конъюнктура рынка – это совокупность условий, при которых осуществляется деятельность на рынке. Она характеризуется рыночным спросом, предложением, их соотношением, уровнем и соотношением цен, портфелем заказов и другими экономическими показателями. На таких предприятиях применяется более совершенная система учета затрат на реализацию своей продукции, легче контролировать коммерческие расходы, призванные служить лучшему продвижению продукции птицеводства на рынке. Они широко используют новые методы ценовой и товарной политики.

Маркетинг – один из важнейших из организационно-экономических рычагов, позволяющих повысить конкурентоспособность производства, ускорить продвижение продукции птицеводства на рынке и достичь наибольшей экономической эффективности производства на основе изучения различных аспектов маркетинга в птицеводстве, среди которых можно выделить методические и организационные. Первые из них отражаются в методиках проведения различных видов маркетинговых исследований, анализе конъюнктуры рынка и его сегментации, оценке конкурентоспособности продукции, анализе производственно-сбытовой деятельности предприятия и т.д. Вторые предусматривают подготовку и организацию отделов маркетинга, как в птицеводческих предприятиях, так и в системе информационно-консультационного обслуживания на региональном уровне.

Отделы маркетинга на птицеводческих предприятиях целесообразно строить исходя из следующих принципов: производство конкурентоспособной продукции на основе ее высокого качества и широкого ассортимента, знания конъюнктуры рынка и покупательной способности населения, потенциальных возможностей предприятия по увеличению объемов производства продукции птицеводства и освоению выпуска новых ее видов.

Для того чтобы службы маркетинга действовали эффективно, они должны обеспечивать формирование покупательского спроса, стимулирование сбыта продукции на определенных рынках, проводить гибкую политику ценообразования, способствовать обновлению технологий производства, совершенствованию форм сбыта. Работа птицеводческих предприятий в условиях рынка способствовала их большей самостоятельности в вопросах формирования отделов маркетинга.

В современных условиях при формировании организационных структур отделов маркетинга наиболее часто применяются следующие из них: функциональная, функционально-производственная, товарно-продуктовая, рыночная, региональная и др. (рис. 6). Для различных по специализации, размерам и объемам сбыта, на птицеводческих предприятиях целесообразно использовать различные структуры службы маркетинга, учитывающие особенности сбытовой и производственной деятельности этих предприятий.

Маркетинг следует рассматривать как инструмент повышения эффективности птицеводства. В экономической литературе критерии и показатели эффективности птицеводства рассматривались значительной группой экономистов-аграрников [37, 228, 291, 320], но в этих подходах не в полной мере учитывались индивидуальные возможности предприятий в росте эффективности. Так, одни ученые [6] под эффективностью понимают степень приближения к цели производства, другие [138] под этим понятием подразумевают объем производства с целью удовлетворения требований общества и получения прибыли; степень результативности производства – способность обеспечивать высокие показатели производительности, экономичности и качества продукции; получение определенного результата на единицу используемых ресурсов; сущность процесса воспроизводства; «качество хозяйствования, свойственное данной формации» [281], действие системы объективных экономических законов, отражающих одну из главных сторон эффективности – результативность [93].

В птицеводческих предприятиях России формируется своя система показателей эффективности, которая позволяет оценить деятельность предприятия в целом и его отдельных подразделений. Вместе с тем учет рыночной конъюнктуры на многих птицеводческих предприятиях ведется либо недостаточно, или вовсе отсутствует, что негативно отражается на повышении эффективности, затрудняет поиск резервов ее роста в птицеводческих предприятиях.



Рис. 6. Формы организации маркетинговой деятельности для птицеводческих предприятий

Для эффективного функционирования птицеводческих предприятий на основе принципов маркетинга можно выделить следующие основные параметры, на которые необходимо обратить внимание руководителям и специалистам птицеводческих предприятий с целью их устойчивого функционирования. К ним следует отнести: наличие стратегии сбыта, возраст, квалификация и опыт работы специалистов по сбыту продукции, умение правильно оценивать ситуацию на рынке, проводить исследовательскую деятельность и

анализ положения предприятия и его конкурентов на рынке, правильно разрабатывать политику ценообразования.

Продукция птицеводства должна соответствовать требованию потребителей, отвечать соответствующим вкусовым и питательным качествам, быть конкурентоспособной, иметь перспективный спрос. Птицеводческие предприятия должны иметь контролируемую долю рынка и портфель заказов, оперативную связь, предвидеть возникающие в ходе сбыта продукции риски: неполную загруженность торговых площадей, плохую рекламу продукции, проблемы транспортного обеспечения сбыта продукции, нерациональных перевозок со склада до фирменных торговых точек и оптовых покупателей.

На эффективность отрасли птицеводства с позиций маркетинга существенное влияние оказывает спрос, предложение и цена реализации продукции отрасли. Спрос и предложение являются главными ориентирами всех этапов маркетинга, задача которого в этой связи чётко отслеживать их изменения с целью использования этой информации с максимальной выгодой для предприятия. Спрос представляет собой желание или необходимость обладать продуктом (пользоваться услугой) в сочетании с платёжными возможностями. Спрос, или платежеспособная потребность населения зависит от следующих факторов: количества населения, цены на продукцию птицеводства, доходов населения, потребительских предпочтений, цены на товары-заменители, рекламы, географических, национальных и природных условий. При этом спрос на продукцию птицеводства при прочих равных условиях в количественном выражении складывается обратной зависимости от цены, поскольку снижение цены увеличивает число покупателей, а ее рост сдерживает потребителей от совершения покупки.

Важным является определение количественного влияния изменения одного из элементов рыночного механизма ценообразования на величину другого элемента. Под влиянием общих тенденций и специфических особенностей спроса и предложения устанавливается равновесная цена. Спрос и предложение уравниваются под влиянием конкурентной среды рынка, в результате чего цена и количество мяса и мясных изделий, продаваемых по этой цене выступают как результат равновесия спроса и предложения. При прочих равных условиях цена будет соответствовать тому количеству, которое покупатели желают приобрести, а продавцы согласны продать. Это влияние можно определить, рассчитав эластичность спроса по цене. Она является мерой чувствительности объёма продаваемого и покупаемого товара к рыночной цене. При этом коэффициент эластичности показывает соотношение изменения продаж (в %) к изменению цены (в %), он отра-

жает относительное изменение объема продаж под влиянием изменения цены на 1% и может быть использован для прогнозирования объема спроса продукции птицеводства при изменении цены на нее.

Для оценки влияния доходов населения на спрос целесообразно определить коэффициент эластичности спроса по доходу. Он определяется как отношение изменения спроса (в %) к изменению дохода населения (в %).

Эластичность предложения по цене отражает относительное изменение объема предложения под влиянием изменения цены на 1%. Коэффициент эластичности предложения по цене рассчитывается как отношение отклонения величины предложения к отклонению цены. При этом на эластичность предложения влияют: технология производства, возможные сроки хранения товара и затраты на хранение, продолжительность периода существования изменившихся цен.

При определении эффективности птицеводства необходимо учитывать, что эта отрасль, особенно в ЛПХ, имеет ряд специфических особенностей. Так, в промышленном птицеводстве отсутствует сезонность производства, продукция производится и реализуется сравнительно равномерно в течение года. В личных подсобных хозяйствах населения производство яиц и мяса птицы в основном носит сезонный характер. В связи с этим целесообразно определение эффективности птицеводства в личных подсобных хозяйствах населения в зависимости от сезона года, то есть за определенные промежутки времени, а не в целом за год.

Второй особенностью птицеводства является ее доступность по сравнению с другими видами белковой продукции животного происхождения, обусловленной сравнительно низкими ценами на нее и востребованностью у потребителей, особенно продукции птицеводства, произведенной в личных подсобных хозяйствах населения, что связано с ее высоким качеством и полезными свойствами. В рационе домашней птицы, как правило, отсутствуют антибиотики, химические добавки в составе кормов. Продукция производится с использованием натуральных кормов при естественном световом режиме, поэтому она более полезна и более востребована даже с учетом более высоких цен на нее по сравнению с ценами на аналогичную продукцию, произведенную в общественном секторе производства.

Третья особенность обусловлена тем, что основная доля кормов для общественного птицеводства в условиях рыночных отношений производится на коллективных земельных участках, а корма для птицы, содержащейся в ЛПХ, производятся как на собственных приусадебных участках, так и на землях коллективного сектора производства, из которого затем корма в виде натуральной оплаты

труда поступают в распоряжение работников, занятых в этом секторе. В современных условиях в ряде регионов страны, в том числе и Брянской области натуральные выплаты широко практикуются в условиях дефицита денежной наличности и финансовой нестабильности этих предприятий. Поэтому эффективное ведение отрасли птицеводство, так же как и других отраслей животноводства зависит от количества и качества сельскохозяйственных угодий, принадлежащих как птицеводческим хозяйствам, так и владельцам ЛПХ и сельскохозяйственным предприятиям, производящим корма и снабжающим ими эту отрасль.

Общественное птицеводство является производителем сырья для перерабатывающей промышленности, и лишь часть продукции реализует в не переработанном виде, тогда как владельцы ЛПХ практически всю свою продукцию реализуют в не переработанном или частично переработанном виде.

В птицеводческих хозяйствах все стадии производства (от инкубации до убоя) происходят на птицефабриках, а в ЛПХ молодняк птицы лишь в незначительных количествах приобретается на птицефабриках, в инкубаторно-птицеводческих станциях или у индивидуальных предпринимателей, а в основном производится непосредственно в них самих от собственного племенного стада птицы. Следует особо отметить, что размеры производства не устраивают владельцев ЛПХ из-за своих незначительных объемов. В этой связи для повышения эффективности отрасли птицеводство в ЛПХ населения необходимо увеличить реализацию населению молодняка птицы птицеводческими хозяйствами и инкубаторно-птицеводческими станциями. Целесообразно организовать бесплатное снабжение суточным молодняком птицы, подвергшимся выбраковке после инкубации малообеспеченных семей, проживающих в сельской местности по специальным спискам, подготовленным местными администрациями, а также интернатов и детских домов, имеющих подсобные хозяйства, введя для таких птицеводческих хозяйств льготное налогообложения в той части налогов, которые поступают в местный бюджет. До последнего времени в птицеводческих предприятиях, не имеющих цехов для производства мясокостной муки, утилизация выбракованного суточного молодняка птицы производится путем его сжигания живьем после обработки горюче-смазочными материалами (в основном дорогостоящим бензином). Для утилизации молодняка привлекаются дополнительные трудовые ресурсы, что снижает эффективность отрасли.

При оценке эффективности работы птицеводческих предприятий и хозяйств населения невозможно использовать всю систему показателей эффективности, характерных для сельского хозяйства в целом. Для оценки экономической эффективности птицеводства, как

на птицефабриках, так и в хозяйствах населения, следует выделить следующие общие показатели: уровень специализации на производстве продукции птицеводства, расход кормов на единицу продукции.

В силу специфики ведения птицеводства в ЛПХ и отсутствия данных статистики о поголовье птицы по видам, яйценоскости, среднесуточных привесах, затратах труда, прибыли, производственной и коммерческой себестоимости, стоимости птичников, капитальных вложений, информации о качестве реализованной продукции птицеводства представляется проблематичным определение эффективности производства продукции птицеводства с использованием таких показателей, как валовой и чистый доход, рентабельность, затраты труда на производство единицы продукции, норма прибыли и др.

В связи с тем, что ЛПХ населения признаны государством равноправными производителями сельскохозяйственной продукции и на них распространяются все меры государственного регулирования, как и на остальных сельскохозяйственных производителей, органам государственной статистики необходимо вести учет всех показателей, на основе которых можно определить эффективность отрасли птицеводства в ЛПХ населения. Это особенно важно при определении стратегии государственной поддержки тем производителям продукции птицеводства, которые наиболее эффективно могут использовать государственные субсидии. Показатели развития отрасли птицеводства можно разделить на факторные и результативные (рис. 7). Данные показатели целесообразно использовать при анализе отрасли птицеводства и разработке стратегии ее развития на перспективу.

В США, которые относятся к одной из стран с хорошо развитым птицеводством и являются одним из основных поставщиков импортного куриного мяса в Россию, эта отрасль представлена тремя секторами: производством яиц, кур и индеек.

При этом в общем объеме реализации птицы в фермерских хозяйствах США 62% составляли куры, 21% яйца, 14% индейки. В последние годы наблюдается рост продажи уток и гусей. В целом птицеводство является одной из самых индустриально развитых отраслей, представленной крупными специализированными и высокоорганизованными фирмами.

Наибольшее влияние на формирование современных каналов маркетинга в птицеводческой отрасли оказала специализация, концентрация и применение новых промышленных технологий. Главными отправными моментами в развитии птицеводства, переработки птицы и торговли продукцией птицеводства был рост объемов производства и специализации.

Рост производства и реализации продукции птицеводства в США был обусловлен как увеличением спроса, так и повышением эффективности производства на основе совершенствования технологий. Повышение эффективности отрасли в целом благоприятно отразилось на укрупнении и специализации птицеводческих хозяйств.

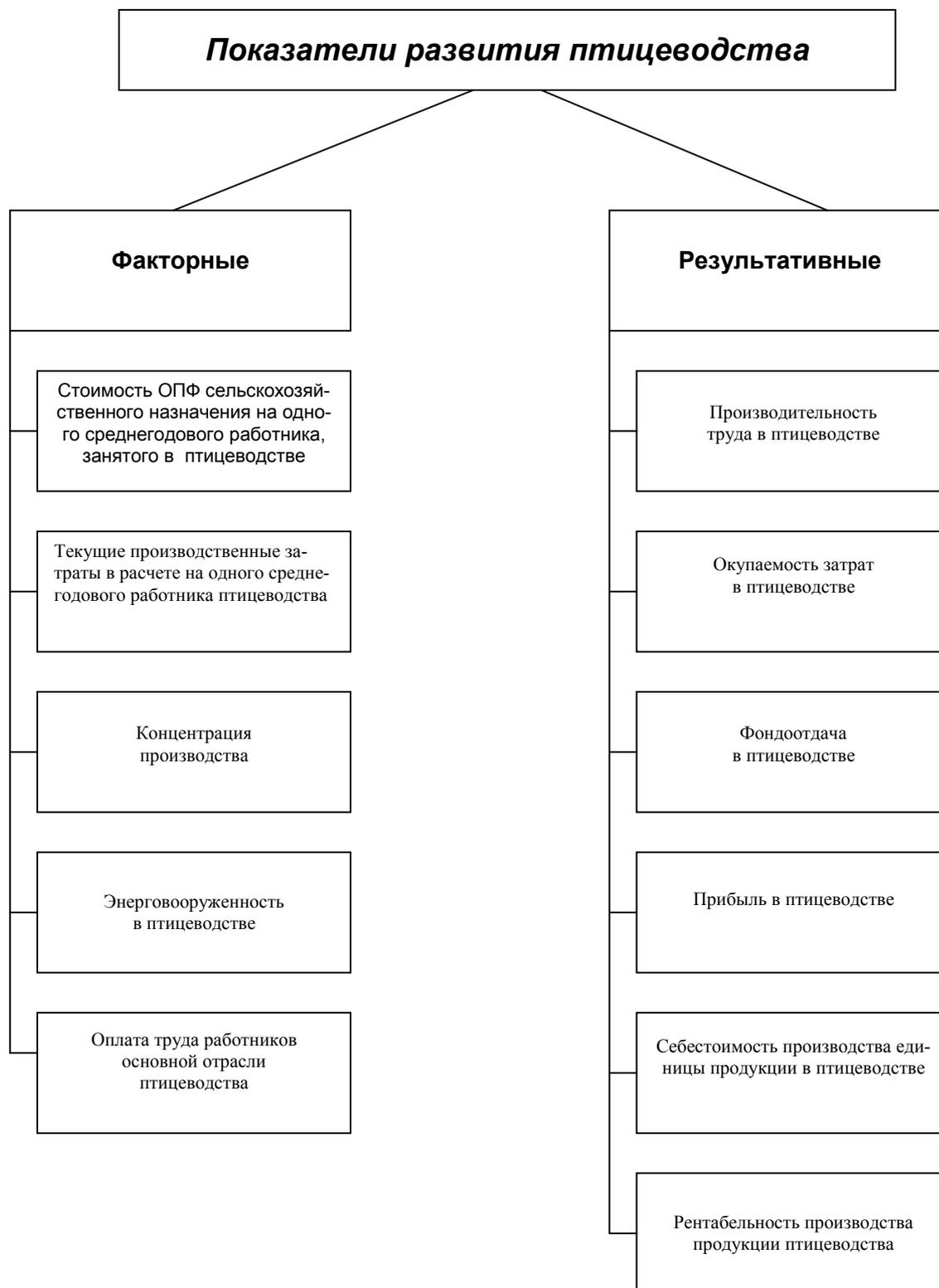


Рис. 7. Показатели экономической эффективности птицеводства

Производство птицы и яиц постепенно стало сосредотачиваться в небольшом числе крупных предпринимателей, способных быстро наращивать выпуск продукции птицеводства.

Продукция птицеводства, её потребление и цены. Птица находит сбыт в форме разных продуктов с точки зрения удобства использования и готовности к употреблению. До второй мировой войны основную часть птицы продавали в живом виде или забитом виде. К 1975 г. большая часть бройлеров и индеек уже поступала в реализацию в потрошенном, охлаждённом и замороженном виде. Удовлетворению запросов потребителей способствует поступление в продажу птицы, подготовленной к тепловой обработке целиком, разделанной, отдельными частями тушек. Но такое разнообразие подачи продукции усложняет процесс и увеличивает стоимость маркетинга.

Мясо и яйца птицы – однородная и скоропортящаяся продукция, что требует специальных средств транспорта и торгового оборота. Установлено, что 2-3% птицы и 7% яиц теряется в каналах маркетинга из-за порчи и механических повреждений. Это ограничивает гибкость производителей и торговых посредников. В последнее время получила распространение маркировка и рекламирование яиц и продуктов переработки птицы на основе торговой марки, что исключает обезличку товаров и прививает у потребителей приверженность к продукции конкретных птицеводческих и птицеперерабатывающих компаний.

Развитие рынка. Для рынка продукции птицеводства характерны рост потребительского спроса, а также увеличение объёмов выпускаемой продукции. Снижение сезонности производства мяса индеек и увеличение производства кулинарных изделий из кур, а также полуфабрикатов из мяса птицы способствовало тому, что потребительский спрос на продукцию птицеводства возрастал. На развитие рынка продукции птицеводства повлияло то обстоятельство, что потребители отдавали предпочтение цыплятам, а не взрослым курам. Это способствовало быстрому росту бройлерного производства.

Существенная роль в развитии рынка принадлежит фермерам-переработчикам, которые выступают в роли спонсоров. Значительные средства в развитие отрасли также вкладывают и фирмы-изготовители и продавцы продуктов типа «быстрой еды».

В 1974 г. в США был создан Американский совет по яйцепродуктам, основной целью которого являлись исследование рынка и стимулирование сбыта яиц и продуктов из них. Это способствовало увеличению сбыта продукции яичного птицеводства.

В последние годы увеличилась доля экспортируемой продукции птицеводства. При этом реализуется стратегия маркетинга, преду-

смаатривающая сбыт частей птичьих тушек и продуктов глубокой переработки. Либерализация мировой торговли и низкая стоимость производства американской продукции птицеводства способствуют проникновению данной продукции на международные рынки.

Поскольку мясо бройлеров и продукты его переработки относятся к наиболее дешевым товарам, так как они – продукт специализированного производства, то они являются конкурентами на рынке других видов продовольствия. Кроме того, бакалейно-гастрономические магазины широко рекламируют преимущества и дешевизну мяса бройлеров, что способствует привлечению клиентов и увеличению потребления продукции мясного птицеводства.

Интеграция в птицеводстве и переработке птицы. Птицеводство и ее переработка в США претерпели 3 стадии интеграции. Если до 30-х годов XX века производство птицеводческой продукции было многоотраслевым, объединяющим племенное птицеводство, инкубатории, производство зерна, кормовых смесей и рационов, выращивание птицы и службы снабжения, то в 30-40-е годы происходит развитие поэтапной специализации предприятий по селекции, разведению, инкубированию, кормоприготовлению, убою и переработке птицы. В 50-60-е годы эти отдельные производственные единицы объединились, образовав современные высоко интегрированные птицеводческие и маркетинговые фирмы. Подобная интеграция стала возможной благодаря тому, что новые экономические технологии стимулировали деятельность более крупных птицефабрик, увеличение производственных мощностей. В целях улучшения сбыта своей продукции крупные компании птицеводческого направления интегрировались с перерабатывающими производствами и системой реализации. Подобная интеграция была выгодна и независимым компаниям по убою и переработке птицы, так как позволяла контролировать качество продукции.

Анализ интеграции производства и маркетинга птицепродукции в США позволяет сделать вывод о преимущественном развитии вертикальной интеграции производства и маркетинга бройлеров по сравнению с индейками и куриными яйцами. Но доля производства всех видов продукции птицеводства в интегрированных формированиях неуклонно увеличивается.

Каналы маркетинга продукции птицеводства. Продукция птицеводства в США может перемещаться по всей длине канала без изменения владельца, так как большую часть функций маркетинга по заготовке продукции и оптовой торговле взяли на себя интегрированные фирмы по производству и маркетингу продукции. Постепенно происходило сокращение количества фирм, занимающихся маркетингом продукции птицеводства и увеличение их раз-

меров. Это способствовало уменьшению роли и числа сельских закупщиков-заготовителей, независимых коммерсантов, оптовых торговцев, брокеров и комиссионеров.

Каналы и организации, связанные с производством и маркетингом яиц. В США большая часть яиц сбывается в свежем виде магазинами розничной торговли или точками общественного питания в учреждениях. Меньшее же количество поступает на предприятия брейкеры, используются в инкубаториях, потребляется в самих фермерских хозяйствах или экспортируется. Каналы маркетинга яиц представлены на рисунке 8.

По мере появления интегрированных упаковочных фирм произошло перемещение операций по сортировке, фасовке и упаковке яиц с центральных рынков-терминалов на птицефабрики, расположенные в сельской местности. Практика показала, что за счёт больших размеров производства достигается значительная экономия при упаковке и распределении яиц.

Каналы и организации, связанные с производством птичьего мяса. В США произошло укрупнение фирм по переработке мяса птиц. Они стали более специализированными. Производства по убою и разделке переместили в районы выращивания птицы из центров её потребления (рис. 9).

Затраты на маркетинг. Продукция птицеводства, сбываемая в свежем виде, в стоимостном отношении содержит относительно большую долю фермерских затрат. В период с 1988 по

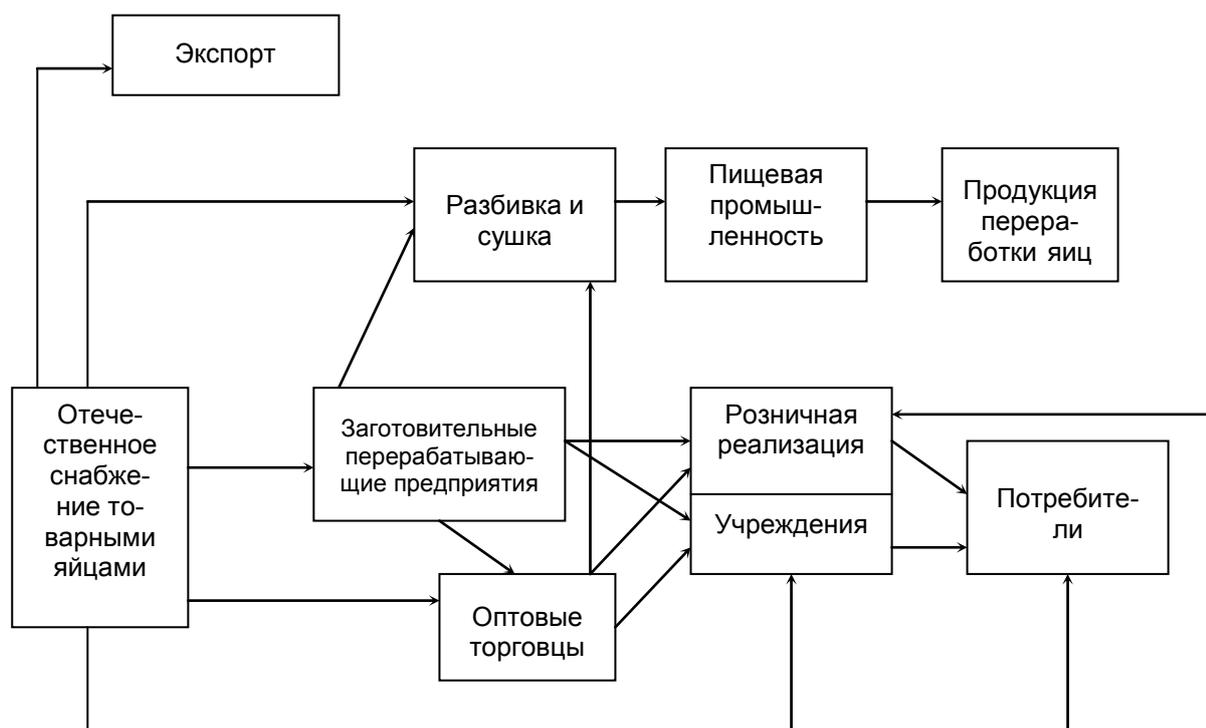


Рис. 8. Каналы маркетинга яиц

1997 г. производители яиц получали 53% потребительских денег, а производители бройлеров – 47%. Наибольшая доля в розничной цене на яйца приходится на долю затрат фермера, но в динамике зато она имеет тенденцию к сокращению (с 65 до 57%). При этом за анализируемый период доля затрат на маркетинг в розничной торговле увеличилась с 13 до 21%. Та же тенденция прослеживается и стоимостью мяса бройлеров и затратами на маркетинг продукции мясного птицеводства.

Проблемы отрасли. Несмотря на успех на рынке сбыта, птицеводство и связанные с ним виды деятельности сталкиваются с множеством проблем, к которым относятся: контроль качества, стабильность рынка и ценообразование.

Проблемы ценообразования. Интеграция и децентрализация усложнили процесс выявления и формирования цен на птицу и яйца. Поскольку специалисты по сбыту считают, что на крупных централизованных рынках-терминалах Бостона, Нью-Йорка, Чикаго в полной мере представлены и предложение и спрос, то на них и устанавливаются базовые цены, которые затем подвергались процедуре котировки. Такие котировки наличных цен передавались в сферу торговли частными и общественными агентствами. После этого определялись цены в других точках канала маркетинга, вводились надбавки и скидки к базовым ценам. Эти методы ценообразования были просты и недороги.

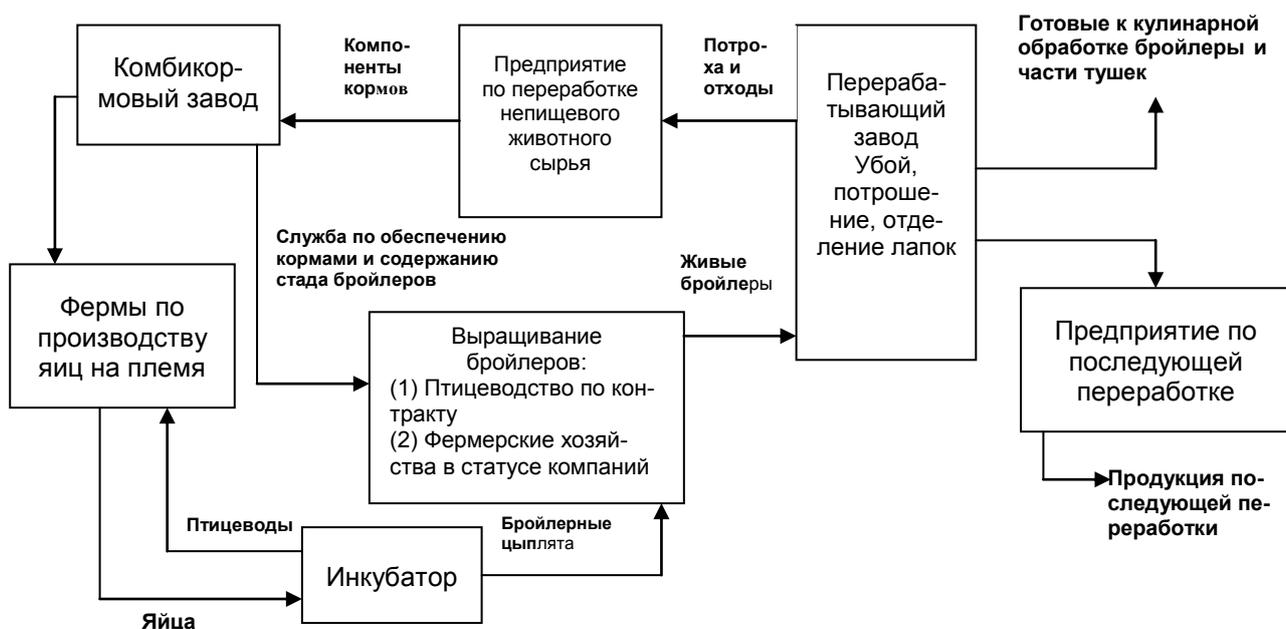


Рис. 9. Каналы маркетинга бройлеров

В марте 1970 г. в Нью-Йорке и Чикаго была прекращена торговля яйцами за наличные, что способствовало ликвидации этих главных пунктов котировки базовых цен. Следствием этого стало то, что выявленные на центральных рынках базовые цены не в полной мере отражали спрос и предложение и перестали являться надёжными ориентирами для формирования цен во всех других точках канала маркетинга. Но поскольку торговая практика, как правило, меняется достаточно медленно, то многие цены на продукцию птицеводства до последнего времени связаны с котировками на центральных рынках-терминалах.

Проблемы американской отрасли птицеводства типичны и для российских производителей. Для повышения эффективности данной отрасли в России, особенно с учетом ее предстоящего вступления во Всемирную торговую организацию, важно учитывать опыт стран с хорошо развитым птицеводством, а именно организацию в них контроля качества продукции, вопросов ценообразования и организации стабильности на рынке продукции птицеводства.

Для организации работы по улучшению качества мяса птицы целесообразно использовать опыт США по производству охлажденного мяса, упакованного со льдом, сухой углекислотой и глубокое замораживание продукции. При этикетировке продукции мясного птицеводства в России также целесообразно приводить информацию о возрасте птицы, так как от этого зависит консистенция и нежность продукции, а, следовательно, и цена на нее. В зависимости от внешнего вида продукции, мясистости, упитанности ее целесообразно разделять также как в США на два сорта А и В.

Для России также применим опыт сортировки яиц по качеству и размеру с учетом толщины белка и состояния скорлупы. Как и в США яйца можно разделять на сорта АА (экстра отборный), А и В. Целесообразно также яйца разделять по размерам на сверхкрупные, крупные, средние, мелкие и крошечные. Яйца несортные необходимо подвергать промышленной переработке, что будет одним из факторов, способствующих развитию птицеводства.

Поскольку продукция птицеводства является скоропортящейся, она требует срочной реализации. В этой связи в России также следует применять маркировку и рекламирование яиц и продуктов переработки птицы на основе торговой марки. Это исключает обезличку товаров и прививает у потребителей приверженность к продукции конкретных птицеводческих предприятий.

Опыт стран с хорошо развитым птицеводством свидетельствует о том, что необходимо координировать маркетинг этой продукции, четко ориентировать выпуск продукции птицеводства на

конкретного потребителя, охватывать процессами интеграции все сектора производства и сбыта продукции птицеводства, начиная с материально-технического снабжения и заканчивая оптово-розничной торговлей. Этот положительный опыт ведения отрасли применим и для России. В целом, обобщая вышесказанное, можно сделать следующие основные выводы:

становление маркетинга на основе экономического поведения товаропроизводителей в западных странах в конце тридцатых, начале сороковых годов двадцатого столетия происходило в процессе поиска средств антикризисного регулирования как на уровне отдельных фирм и компаний, так и на государственном уровне. Маркетинговая деятельность была локализована лишь в сфере реализации уже созданной продукции и её содержание включало в себя методы сбыта и рекламы;

к концу шестидесятих годов двадцатого столетия маркетинг сформировался как наука, направленная на решение практических проблем предпринимательства. Он стал охватывать все стороны хозяйственной деятельности;

к концу девяностых годов прошлого века маркетинг представлял собой комплекс мероприятий по анализу рынка, формированию и стимулированию спроса, учету рыночных факторов на всех стадиях производственного процесса, рационализации продвижения товаров по каналам обращения до конечного потребителя, финансовому обеспечению производства и обращения, ценообразованию, контролингу рекламной и международной деятельности.

В современных условиях «маркетинговое» мировоззрение предпринимателей способно выработать эффективную стратегию для предприятия, направленную на закрепление, или расширение позиций на рынке. Наибольших успехов добивается то предприятие, в котором маркетинг стал философией персонала и его цель сводится к заполнению ниши в пространстве и времени между производством и потреблением продукции.

Таким образом, ситуация на рынке продукции птицеводства остаётся сложной и неоднозначной. Деятельность на рынке сопряжена со значительными рисками для его участников и в ближайшие 3-4 года не ожидается кардинального улучшения ситуации, поскольку помимо введения импортных квот, необходимо прилагать большие усилия в области самого сельскохозяйственного производства. Следует принимать во внимание, что для достижения положительных сдвигов в птицеводстве, требуется значительное время, немалые инвестиции и активное содействие со стороны государства.

2.2. Характеристика отрасли и рынка продукции птицеводства Брянской области

Агропромышленный комплекс (АПК) является одним из ведущих в системе народного хозяйства Брянской области, в функционально – отраслевой структуре которого представлены все основные звенья (сферы). Основа АПК – сельское хозяйство – вторая по значимости, после промышленности отрасль народного хозяйства.

Реформы не изменили промышленно – аграрную направленность развития экономики области, и ситуация в сельском хозяйстве оказывает влияние на создание валового регионального продукта и формирование фондов потребления основных продуктов питания.

Сельское хозяйство, как и в дореформенный период, остается самым проблемным сектором экономики. В последние годы в этой отрасли отмечались существенные изменения: формировались новые экономические условия, совершенствовались земельные отношения, активизировалось развитие индивидуального сектора.

В сельском хозяйстве эффективность действия экономических законов в известной мере определяется природно-климатическими условиями. С переводом отраслей сельского хозяйства на промышленную основу возрастает влияние человека на биологические объекты, технические и организационно-экономические факторы производства, уменьшается зависимость его от природных условий. Наиболее чётко это прослеживается в отрасли промышленного птицеводства.

С начала 90-х годов наблюдалось постоянное снижение объемов производства продукции на птицеводческих предприятиях Брянской области (табл. 11).

11. Производство основных продуктов птицеводства в Брянской области

Годы	Мясо птицы (в убойном весе), млн. т				Яйца, млн. шт.			
	хозяйства всех категорий	в том числе			хозяйства всех категорий	в том числе		
		сельскохозяйственные организации	хозяйства населения	крестьянские (фермерские) хозяйства		сельскохозяйственные организации	хозяйства населения	крестьянские (фермерские) хозяйства
1990	16,6	9,5	7,1	-	580,8	367,6	213,2	-
1995	10,0	3,5	6,5	0,020	411,6	235,9	175,3	0,413
2000	7,1	2,3	4,8	0,010	347,1	190,8	155,9	0,354
2001	6,8	2,0	4,8	0,010	442,8	281,8	160,7	0,300
2002	7,2	2,2	5,0	0,011	476,9	293,1	163,5	0,310
2003	6,9	2,6	4,3	0,009	336,8	224,5	112,0	0,305
2004	7,1	2,8	4,3	0,010	379,8	269,1	110,4	0,304
2005	7,0	2,6	4,4	0,010	388,2	278,7	109,2	0,305
2006	7,2	2,3	4,7	0,011	402,1	291,7	110,1	0,307
2007	7,4	2,4	5,0	0,011	399,7	287,9	111,5	0,314
2008	7,6	2,5	5,1	0,011	381,6	271,0	110,3	0,310
2008 в % к 1990	45,8	26,3	71,8	-	65,7	73,7	51,7	-

Сравнивая показатели 2008 г. с показателями производства яиц и мяса птицы 1990 г., можно сделать вывод о том, что производство основных продуктов птицеводства заметно снизилось к 2008 году, а именно, производство мяса птицы в хозяйствах всех категорий уменьшилось на 54,2%, яиц соответственно на 34,3%.

Одним из наиболее скороспелых направлений птицеводства Брянской области является бройлерное. В связи с ростом потребительского спроса доля мяса бройлеров в общем производимом мясе птицы в сельхозпредприятиях области возросла с 48% в 1990 г. до 60% в 2008г. (рис. 10).

В 2008 г. поголовье птицы всех возрастов насчитывало 5664,9 тыс. голов (табл. 12). По сравнению с 1990 г. численность птицы во всех категориях хозяйств снизилась на 37,8%, в том числе, в сельскохозяйственных предприятиях на 32,4%. За последние 5 лет (2004-2008 гг.) наблюдается рост поголовья малораспространённых видов птицы (перепелов).

В птицеводстве, в отличие от других отраслей животноводства (скотоводство, свиноводство, овцеводство), сохраняется концентрация поголовья в крупных и средних сельскохозяйственных организациях. Это связано с особенностями птицеводства, как отрасли, наиболее приспособленной к промышленным методам разведения поголовья.



Рис. 10. Производство и удельный вес мяса бройлеров в Брянской области

12. поголовье птицы в Брянской области

Годы	Поголовье птицы, тыс. гол.				из общего поголовья в сельскохозяйственных предприятиях			
	хозяйства всех категорий	в том числе			взрослая птица	в том числе		
		сельскохозяйственные организации	хозяйства населения	крестьянские (фермерские) хозяйства		куры и петухи	гуси	другие виды птицы
1990	9113,0	4463,6	4649,4	-	1587,1	1584,4	2,7	-
1995	5318,3	2253,6	3056,4	8,3	1161,3	1155,2	0,1	6,0
2000	4312,4	1663,3	2643,1	6,0	832,3	800,9	-	31,4
2001	3997,7	1320,2	2672,1	5,4	572,2	533,4	-	38,8
2002	4776,1	1938,6	2831,6	5,9	692,7	653,2	-	39,5
2003	4794,0	2053,5	2734,5	6,0	979,6	939,1	-	40,5
2004	4797,5	2156,1	2635,6	5,8	1115	1074,8	-	40,2
2005	4896,2	2289,4	2601,1	5,7	1284,1	1284,1	-	40,4
2006	4844,3	2406,1	2432,4	5,8	1576,4	1576,4	-	40,2
2007	5516,2	2926,5	2583,7	6,0	2157,1	2157,1	-	40,5
2008	5664,9	3017,8	2641,2	5,9	2968,3	2968,3	-	41,0
2008 в % к 1990	62,2	67,6	56,8	-	187,	187,3	-	-

Число хозяйств в Брянской области к 2004 г., занимающихся разведением птицы, по сравнению с 1990 г. уменьшилось примерно вдвое [108]. С включением птицеводства в приоритетный национальный проект “Развитие АПК”, начиная с 2007 года ситуация в отрасли несколько стабилизировалась.

В хозяйствах населения в связи с трудностями в приобретении кормов из-за постоянного роста цен, уменьшением продажи молодняка сельскохозяйственными организациями поголовье птицы за анализируемый период времени уменьшилось на 5,9% (рис. 11).

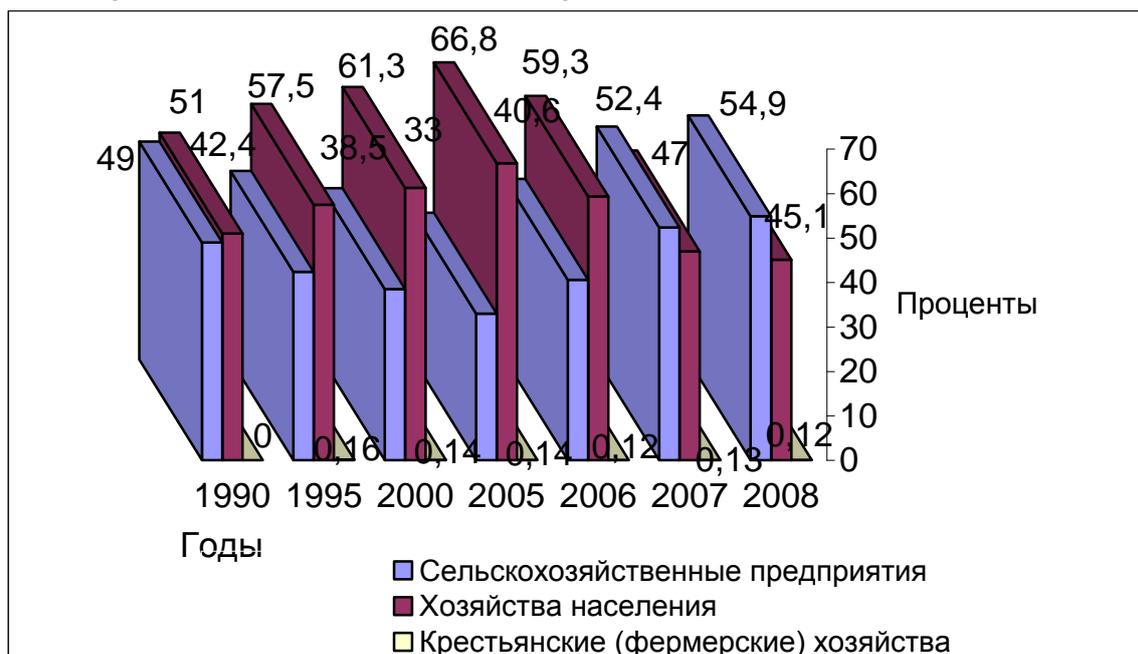


Рис. 11. Структура поголовья птицы в Брянской области (в % к общему поголовью)

В 90-е годы произошло резкое сокращение поголовья птицы всех видов, численность кур яичных пород сократилась в 1,7 раза, мясных пород – в 3,2 раза.

Сокращение численности птицы в начале 90-х годов сопровождалось снижением и её продуктивности. Средняя годовая яйценоскость одной курицы-несушки в сельскохозяйственных предприятиях уменьшилась за 1990-1995гг. на 13%, выращивание птицы в расчёте на 1 голову – на 40% (рис. 12). В 2008 г. яйценоскость кур-несушек увеличилась по сравнению с 1990 г. на 17,2%.

Яйца – товар достаточно специфический. Не весь произведённый товар реализуется на региональном рынке, а вывозится и за его пределы. Имеет место и экспорт мяса птицы. Так, реализация яиц в 2003 г. в Брянской области составила 65,4%, мяса птицы – 87,5%. Реализация яиц и птицы (в живой массе) представлена в приложениях 13 и 14.

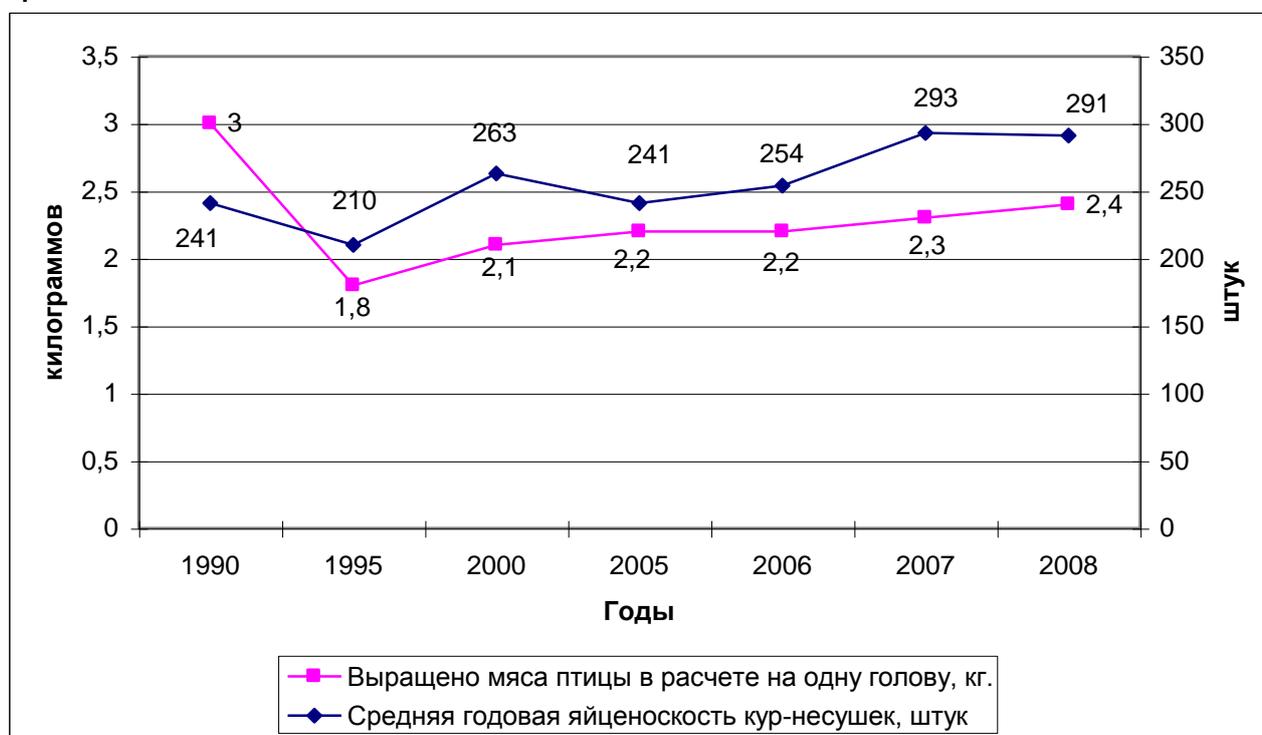


Рис. 12. Продуктивность птицы в сельскохозяйственных организациях Брянской области

Наибольшее количество птицеводческой продукции реализуют ООО «Птицефабрика Снежка» и ОАО «Победа-Агро». За последние 5 лет (2004-2008гг) реализация мяса птицы за пределы Брянской области значительно увеличилась и составляет по оценкам экспертов от 30 до 50 %. В основном птицеводческие предприятия, функционирующие в Брянской области реализуют свою продукцию в г. Москва и Московскую область.

13. Оценка рынков сбыта продукции птицеводства в Брянской области

Характеристика рынка	Параметры оценки	Балл	Каналы реализации			
			государству	работникам птицеводческих хозяйств	на рынке	через фирменные магазины
Ёмкость рынка	неограниченный сбыт	+3	+3			+3
	средний сбыт	+2			+2	
	ограниченный сбыт	+1		+1		
	отсутствует сбыт	0				
Цена реализации	высокая	+3				
	средняя	+2		+2	+2	
	фиксированная	+1	+1			+1
Конкуренция	отсутствует	+3		+3		+3
	слабая	+2	+2			
	средняя	+1			+1	
	значительная	0				
Условия сбыта	рыночный монополизм	-1	-1	-1		-1
	несколько предприятий	+2			+2	
	много предприятий	+1				
Отношение к покупателям	связи стабильные	+3	+3	+3		+3
	средние	+2			+2	
	эпизодические	+1				
Информация о рынке	значительная и надёжная	+1	+1	+1	+1	+1
	ненадёжная	0				
	отсутствует	-1				
ИТОГО			9	9	10	10

Оценка рынков сбыта продукции птицеводства в Брянской области приведена в таблице 13. Наиболее выгодные рынки сбыта для продукции птицеводства в области: рынок и сеть фирменных магазинов, принадлежащих птицеводческим предприятиям. Объясняется это тем, что данные каналы реализации птицеводческой продукции имеют неограниченный и средний сбыт; среднюю или фиксированную цену реализации; конкуренция на рынке средняя, через фирменную торговлю – отсутствует; на рынке конкурируют несколько предприятий, условия сбыта через фирменную торговлю подразумевают рыночный монополизм; по отношению к покупателям на рынке установлены средние связи, а через фирменную торговлю – связи стабильные; информация о рынке значительная и надежная.

Основными конкурентами на региональном рынке для птицеводческих предприятий Брянской области являются производители птицепродукции Орловской, Курской, Белгородской, Смоленской, Калужской областей.

Опыт деятельности птицеводческих предприятий Брянской области показывает, что развитие здоровой рыночной конкуренции всё более побуждает товаропроизводителей постоянно расширять ассортимент и повышать качество производимых продуктов, а также активно работать над созданием новых видов продукции.

На ООО «Птицефабрика Снежка» Брянского района началось производство яйца «Домашнего», которое по качеству пока не имеет себе равных. На Московских птицефабриках производят яйцо, схожее по внешним параметрам с яйцом «Домашним», но по качеству и безопасности продукции оно уступает (ярко жёлтый окрас желтка там получают за счёт добавления красителей, в то время как на ООО «Птицефабрика Снежка» этого добиваются за счёт добавления в рацион кормления кур-несушек витаминной травяной муки).

Ввиду того, что Брянская область подверглась радиоактивному загрязнению, целесообразно, по нашему мнению, расширить ассортимент птицеводческих предприятий области йодсодержащей продукцией. Для восполнения недостатка йода человеку лучше использовать продукты, в который йод соединён с белками. Велика доля стабильных органических соединений йода в куриных яйцах. Причём 80% элемента содержится в желтке, часть которого остаётся в неизменном виде даже при термической обработке яиц.

Одним из важных направлений расширения ассортимента продукции птицеводческих предприятий Брянской области, по нашему мнению, может стать производство высококачественных продуктов детского питания из мяса птицы.

Решение проблемы рационального питания детей возможно лишь при промышленном производстве продуктов, адекватных по составу и качеству потребностям детского организма. На основе сырья, получаемого в результате глубокой переработки птицы (белое и красное кусковое мясо, мясная масса, субпродукты), с учётом возрастных особенностей детей в Институте птицеперерабатывающей промышленности (ВНИИПП) разработано около 50 видов консервов как чисто мясных, так и мясорастительных, 10 рецептов колбасных и ветчинных изделий, 4 вида паштетов и кремов, ассортимент полуфабрикатов (котлеты, биточки, пельмени и др.) [259, 303].

Конечной целью деятельности птицеводческих предприятий является производство продукции, которая полностью соответствовала бы требованиям целевого рынка и постоянно пользовалась спросом у потребителей.

С развитием рыночных реформ в России роль цен возрастает. Основными факторами, способствующими усилению роли цен, выступают: увеличение размеров хозяйствующих субъектов и услож-

нение форм их деятельности в условиях рынка; усиление конкуренции на рынке; неустойчивость макроэкономической конъюнктуры; снижение рентабельности и экономической эффективности производства [168,310].

Средние цены на птицеводческую продукцию по Брянской области представлены в таблице 14 [218].

14. Средние цены на продукцию птицеводства в Брянской области (на конец года; руб. за кг)

Виды продукции	Годы								
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Мясо птицы	45,26	54,15	54,63	54,87	55,74	71,32	85,87	99,74	110,3
Яйца, за 10 шт.	16,49	18,81	18,63	18,40	20,5	25,4	29,6	31,8	33,5

Большой скачок цен на яйцо и мясо птицы наблюдался в 1998 г. (в 1997г цена 1кг. мяса птицы составляла – 13,21 руб; яиц 1 дес. – 5,54 руб. в 1998 г соответственно 27,0 и 15,01 руб.), что было обусловлено негативными явлениями в экономике страны, связанными с разрушением вертикальной системы государственного управления единым производственным процессом, отсутствием законодательно-правового и нормативного обеспечения, направленного на эффективное и устойчивое развитие отрасли. За последние четыре года (2004-2008 гг.) ситуация несколько стабилизировалась.

В 2004 г. почти четвертую часть (23,5%) продовольственных товаров население покупало на продовольственных и смешанных рынках. Начиная с 2005 года основными продавцами птицеводческой продукции стали фирменные магазины птицеводческих предприятий области, супермаркеты и гипермаркеты. Данное изменение связано с тем, что качество продуктов питания, поступавших на рынок было невысоким (табл. 15) Продукты питания в основном браковались по следующим причинам: несоответствие требованиям государственных и отраслевых стандартов, техническим условиям, медико-биологическим и санитарным нормам, неполная маркировка товаров [262].

Качество продукции является одним из важнейших показателей эффективности производства, его повышение равнозначно росту дополнительного объема продукции, что будет способствовать снижению издержек, получению дополнительной выручки, росту прибыли и в целом повышению рентабельности продукции [198].

15. Качество птицеводческой продукции, поступившей на потребительский рынок^{*)}

Виды продукции	Забраковано и снижено в сортности, в % от общего объема проинспектированных товаров							
	отечественные товары				импортные товары			
	2001 г.	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2001 г.	2002 г.	2003 г.	2004 г.
Мясо всех видов	17,0	24,1	32,5	40,0	х	100,0	х	53,4
Мясо птицы	5,9	10,4	16,7	8,0	24,6	14,9	х	4,0
Яйцо	х	х	24,9	37,7	х	х	х	х

^{*)} По данным Управления Госторгинспекции по Брянской области.
х - проверки по данной товарной группе не проводились.

В развитии инфраструктуры отечественного рынка птицеводческой продукции важная роль принадлежит нормативной базе, устанавливающей требования к качеству продукции. Действующие отраслевые стандарты не отвечают сегодняшним требованиям. Актуальность их пересмотра должна быть продиктована предстоящим вступлением России во Всемирную торговую организацию, а также введением с 1 июля 2003 г. ФЗ "О техническом регулировании" [112].

На основании изложенного можно сделать вывод о том, что экономическая ситуация в отрасли продолжает оставаться сложной из-за резкого удорожания фуражного зерна, роста тарифов на энерго и теплоносители, ряда других причин. К тому же одной из основных причин, сдерживающих рост производства и оказывающих существенное влияние на рынок, являются поставки по импорту. Действующие ценовые механизмы регулирования рынка не отвечают интересам отечественных производителей. В условиях конкуренции товаропроизводители тем не менее вынуждены находить резервы для интенсификации производства и снижения издержек. Преодоление негативных тенденций в экономике птицеводства сегодня не только возможно, но и необходимо, главным образом, этого можно достичь путем развития инновационной деятельности. Только новаторство в области техники и технологии обеспечит рост производства продукции. Вместе с тем считаем, что должна проводиться и работа, направленная на максимальное использование имеющегося потенциала с одновременным внедрением новых научных разработок, чтобы улучшить потребительские свойства продукции и тем самым повысить на неё спрос. Необходимо расширять масштабы применения уже частично внедренных на птицефабриках ресурсосберегающих технологий, для которых не требуется создавать дополнительно производственную базу и, следовательно,

вкладывать капитал. Целесообразно разработать отраслевую программу развития птицеводства, определить в ней направления и конкретные механизмы поддержки этой отрасли в целях улучшения обеспечения региона ее продукцией.

Комплексный анализ деятельности хозяйствующих субъектов отрасли птицеводства Брянской области позволит разработать предложения, направленные на быстрейший вывод отрасли из кризиса и обеспечение в дальнейшем её стабильной и эффективной работы.

2.3. Анализ организационно-экономической деятельности хозяйствующих субъектов отрасли птицеводства и резервы их развития

2.3.1. Организация производства и сбыта продукции в птицеводческих предприятиях

Рассматривая современное состояние и эффективность отрасли птицеводства Брянской области, необходимо проанализировать деятельность хозяйствующих субъектов отрасли.

На практике большинство предприятий представляют собой организационно обособленные и самостоятельные хозяйственные единицы (хозяйствующие субъекты), созданные учредителями и обладающие производственным потенциалом для получения продукции (оказания услуг) с целью общественных потребностей (рыночного спроса). Оно распоряжается выпускаемой продукцией и полученной прибылью.

Хозяйствующие субъекты отрасли птицеводства Брянской области и их производственные показатели представлены в таблице 16.

До 2003 года включительно на территории Брянской области функционировало пять птицеводческих предприятий:

- ООО “Птицефабрика Снежка” Брянского района;
- СПК “Зимницкий” Дубровского района;
- ООО “Победа-Агро” Дятьковского района;
- ТОО “Орловский” Жуковского района;
- СПК “Октябрьский” Почепского района.

В 2004 году ситуация в отрасли птицеводства в Брянской области кардинально изменилась. По состоянию на 01.01.2004 г. производством яиц и мяса птицы в области занимались два предприятия: ООО “Птицефабрика Снежка” Брянского района и ООО “Победа-Агро” Дятьковского района. В 2005 году ООО “Победа-Агро” изменило своё производственное направление с производства яиц и мяса птицы на выращивание бройлеров и производство мяса птицы. В 2005 году запущен проект “Куриное Царство Брянск” (более детальный анализ деятельности птицеводческих предприятий, начиная с 2005 года представлен в разделе 3.6 данной книги).

16. Производственные показатели птицеводческих предприятий Брянской области

Наименование хозяйств	Поголовье птицы, тыс. гол.					Яйценоскость, шт.					Валовое производство яиц, тыс. шт.					Валовое производство мяса, т				
	1999 г.	2000 г.	2001 г.	2002 г.	2003 г.	1999 г.	2000 г.	2001 г.	2002 г.	2003 г.	1999 г.	2000 г.	2001 г.	2002 г.	2003 г.	1999 г.	2000 г.	2001 г.	2002 г.	2003 г.
ООО "Птице-фабрика Снежжа" Брянского района	1051	1098	1102	1135	1140	301	292	293	294	294	144,1	144,9	133,5	152,4	168,4	2641	2608	2633	2472	2340
СПК "Зимницкий" Дубровского района	36,7	12,9	14,3	14,0	14,8	162	185	112	129	131	7,4	4,6	1,7	1,8	1,9	39,5	38,6	15,3	23,8	24,0
ООО "Победа-Агро" Дятьковского района	442,7	711,7	676,1	620,5	615,1	234	154	136	134	132	65,7	10,7	114,3	110,2	100,8	510,4	507,1	327	330	329
ТОО "Орловский" Жуковского района	92,6	109,8	87,9	110	120,4	223	222	131	142	150	14,0	14,8	14,8	15,6	15,2	108,2	102,6	99,0	139,4	139
СПК "Октябрьский" Почепского района	16,4	16,7	0,7	0,9	1,2	123	215	97	102	110	1,7	3,0	2,1	2,2	2,4	4,0	3,8	19,2	20,1	19,5
ИТОГО	1640	1949	1881	1880	1912	-	-	-	-	-	232,9	178	266,4	282,2	288,7	3303	3260,	3094	2985	2851

Анализ таблицы 16 позволяет сделать вывод о том, что наибольшее поголовье птицы сосредоточено на ООО “Птицефабрика Снежка” Брянского района. Она же является лидером по производству яиц и мяса птицы среди птицеводческих предприятий Брянской области на протяжении пяти анализируемых лет. На предприятиях ООО “Птицефабрика Снежка”, ОАО “Победа-Агро”, ТОО “Орловский” поголовье птицы к 2003 г. увеличилось соответственно на 9%, 39 и 30% по сравнению с 1999 г., увеличилось валовое производство яиц. ТОО “Орловский” в 2003 г. по сравнению с 1999г. увеличило валовое производство мяса птицы на 28%. В целом же птицеводческие предприятия Брянской области в процессе своей работы сталкиваются с рядом экономических проблем, которые не позволяют предприятиям вести безубыточную деятельность. Важнейшими из них стали:

- проводимые в стране реформы не обеспечили главной задачи – создание условий, при которых было бы обеспечено высокодоходное, конкурентоспособное производство продукции птицеводства;

- диспаритет цен между стоимостью продукции птицеводства и стоимостью ресурсов, необходимых для производства этой продукции, привёл к резкому уменьшению собственных оборотных средств и лишил возможности вести не только расширенное, но и простое воспроизводство;

- разрыв хозяйственных связей между сельскохозяйственными товаропроизводителями и переработчиками сырья привёл к монополизации перерабатывающих предприятий;

- значительное сокращение государственной поддержки отрасли птицеводства;

- давление продовольственного импорта и гуманитарной помощи;

- сокращение и старение материально-технической базы;

- взыскание налогов, не обеспеченных реальными источниками, дестабилизирует экономику птицеводческих предприятий;

- не созданы устойчивые федеральные системы поддержки и регулирования продовольственного рынка;

- низкий уровень производства и не использование мощности делают отрасль птицеводства весьма отзывчивой на инвестиции;

- ухудшение социальных условий.

Вышеперечисленные проблемы обусловили снижение эффективности птицеводства в области [83].

Для выявления наиболее стабильно функционирующих птице-

водческих предприятий в области целесообразно провести их рейтинговую оценку по:

- их размерам (показатели: выручка от реализации сельскохозяйственной продукции, площадь сельскохозяйственных угодий, численность работников);
- показателям эффективности (показатели: уровень рентабельности (убыточности), выручка в расчёте на 100 га сельскохозяйственных угодий, выручка в расчёте на 1 работника).

Рейтинговую оценку предлагаем осуществить по методике В.Ю. Дзагоева [90]:

1. Определяем показатели (признаки), положенные в основу рейтинговой оценки;
2. По каждому признаку определяем коэффициенты важности на основе экспертной оценки;
3. По каждому предприятию рассчитываем по формуле (1) сумму баллов с учётом важности:

$$S_i = \sum_{j=1}^J K_j * \frac{P_{ij}}{P_{jmax}}, \quad (1)$$

- где S_i – сумма баллов i -го предприятия;
 K_j – коэффициент важности J -го показателя;
 P_{jmax} – максимальное значение j -го показателя;
 P_{ij} – значение j – го показателя i -го предприятия;
 i – номер птицеводческого предприятия, $i \in I$;
 I – совокупность птицеводческих предприятий;
 j – номер оцениваемого показателя, $j \in J$;
 J – совокупность оцениваемых показателей.

Рейтинговая оценка птицеводческих предприятий по показателям размеров деятельности

Коэффициенты важности оцениваемых показателей ¹⁾:
выручка от реализации сельскохозяйственной продукции – 58;
площадь сельскохозяйственных угодий – 28;
численность работников – 14.

В результате рейтинговой оценки птицеводческих предприятий по размерам, получили: наиболее крупным птицеводческим предприятием Брянской области является ООО “Птицефабрика Снежка” Брянского района, последнее, пятое место в рейтинге по размерам деятельности занимает СПК “Октябрьский” Почепского района (табл. 17).

¹⁾ Коэффициенты важности определены на основе экспертных оценок 10 экспертов.

17. Рейтинг птицеводческих предприятий Брянской области по их размерам (по состоянию на 1.01.2003 г.)

Наименование предприятия	Среднегодовая численность работников, чел.	Показатель важности	Площадь сельскохозяйственных угодий, га.	Показатель важности	Выручка от реализации сельскохозяйственной продукции, тыс. руб.	Показатель важности	Сумма баллов	Место в рейтинге
ООО "Птицефабрика Снежжа"	1891	14	14614	28	320696	58	100	1
ООО "Победа-Агро"	759	14	4713	28	79388	58	29	2
СПК "Зимницкий"	80	14	2164	28	10824	58	7	4
СПК АФ "Орловский"	123	14	1472	28	21750	58	8	3
СПК "Октябрьский"	75	14	1573	28	9430	58	5	5

Рейтинговая оценка птицеводческих предприятий Брянской области по показателям эффективности их деятельности

Коэффициенты важности оцениваемых показателей:

уровень рентабельности (убыточности) – 53;

выручка в расчёте на 100 га сельскохозяйственных угодий – 27;

выручка в расчёте на 1 работника – 20*.

В результате рейтинговой оценки птицеводческих предприятий области по эффективности их деятельности, получили: наиболее эффективно функционирующее предприятие – ООО "Птицефабрика Снежжа" Брянского района, самое убыточное предприятие ООО "Победа-Агро" Дятьковского района (табл. 18).

18. Рейтинг птицеводческих предприятий Брянской области по эффективности их деятельности (по состоянию на 1.01.2003 г.)

Наименование предприятия	Выручка от реализации сельскохозяйственной продукции в расчёте на 1 работника, тыс. руб.	Показатель важности	Выручка от реализации сельскохозяйственной продукции в расчёте на 100 га сельскохозяйственных угодий, тыс. руб.	Показатель важности	Уровень рентабельности (убыточности), %	Показатель важности	Сумма баллов	Место в рейтинге
ООО "Птицефабрика Снежжа"	169,6	20	21,9	27	+14,5	53	99	1
ООО "Победа-Агро"	104,6	20	16,8	27	-18,9	53	-37	5
СПК "Зимницкий"	135,3	20	5,0	27	+3,2	53	33	3
СПК АФ "Орловский"	176,8	20	14,8	27	+6,4	53	62	2
СПК "Октябрьский"	125,7	20	6,0	27	+2,8	53	32	4

По выручке от реализации сельскохозяйственной продукции на 1 работника ООО “ Птицефабрика Снежка” Брянского района и СПК АФ “Орловский” Жуковского района значительно превосходят остальные предприятия. В этих предприятиях наблюдается и самый высокий уровень рентабельности.

Эффективная работа птицефабрики обусловлена рационализацией внутривозрастной структуры, прогрессивной технологией, предпринимательским характером всей хозяйственной деятельности. ООО “ Птицефабрика Снежка” является предприятием с замкнутым производственным циклом, имеет следующие основные цеха: выращивания ремонтного молодняка, родительского стада, инкубации, цех сортировки и упаковки яиц, колбасно-консервный цех, утиль-цех. Производственно – экономические показатели ООО “Снежка” представлены в приложении 15. По всем показателям произошли значительные улучшения.

В современных условиях важнейшим экономическим механизмом выступает маркетинг. Формирование системы маркетинга в птицеводстве каждой области следует осуществлять с учётом особенностей регионального АПК [182].

Особого внимание заслуживает механизм формирования службы маркетинга на предприятиях интегрированного типа. Большое разнообразие типов и форм птицеводческих предприятий и производственно – технологических цепочек предполагает формирование соответствующих принципов и схем организации в них маркетинговых служб, адекватных конкретным условиям функционирования производства. Общим для них является нацеленность на рынок. В этой связи тенденция продолжения цепочки “производство - реализация” птицеводческой продукции тяготеет к более широкому спектру деятельности: производство - переработка – сбыт продукции, при которой всё отчетливее проявляется ориентация на спрос со стороны потребителя [15, 124, 133].

Основные принципы работы отдела маркетинга на птицеводческом предприятии, по нашему мнению, можно сформулировать следующим образом:

- производство качественной и конкурентоспособной продукции на основе максимального удовлетворения потребностей покупателей, знания рыночной конъюнктуры рынка и покупательной способности населения, использование реальных и потенциальных возможностей предприятия;
- эффективная реализация яиц и мяса птицы на определённых рынках в установленных объёмах, в назначенные сроки, по свободным ценам или по ценам, согласованным сторонами;

- обеспечение наибольшей и стабильной прибыльности от производственной, коммерческой и финансовой деятельности предприятия на основе обновления технологии производства и ассортимента выпускаемой продукции, эффективных форм сбыта;
- формирование покупательского спроса и стимулирование потребностей;
- соизмерение затрат и результатов маркетинговой деятельности.

Организационная структура отдела должна отвечать ряду критериев, определяющих их оптимальность. К ним можно отнести:

- наикратчайший путь от звена управляющей системы до управляемого объекта;
- оптимальное число ступеней и звеньев;
- наименьшее число “входов” и “выходов” и чёткий состав видов работ по управлению для каждого звена;
- отсутствие дублирования функций.

Одной из главных проблем птицеводческих предприятий Брянской области является связанное с деформациями в экономическом механизме АПК их неудовлетворительное финансовое состояние, приведшее к нарушению платежной дисциплины.

При анализе финансового состояния птицеводческих предприятий (табл. 19) был проведен сравнительный анализ двух ведущих (ООО «Птицефабрика «Снежка» и ООО «Победа-Агро») предприятий Брянской области за 2000-2004 гг.

19. Показатели финансовой устойчивости отдельных птицеводческих предприятий Брянской области

Показатели	2000 г.	2001 г.	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2004 в % к 2000 г.
Коэффициент независимости						
ООО «Птицефабрика «Снежка»	0,876	0,744	0,779	0,721	0,656	74,9
ООО «Победа-Агро»	0,289	-0,745	0,740	0,658	0,615	в 2,1 раз.
В среднем по области	0,752	0,598	0,754	0,704	0,659	87,6
Соотношение заёмных и собственных средств						
ООО «Птицефабрика «Снежка»	0,141	0,345	0,283	0,387	0,523	в 3,7 раз.
ООО «Победа-Агро»	2,455	-2,343	0,351	0,520	0,625	25,5
В среднем по области	0,330	0,672	0,327	0,419	0,517	в 1,6 раз.
Удельный вес дебиторской задолженности в стоимости имущества, %						
ООО «Птицефабрика «Снежка»	0,034	0,117	0,031	0,026	0,036	105,9
ООО «Победа-Агро»	0,028	0,484	0,235	0,345	0,408	в 14,6 раз.
В среднем по области	0,033	0,142	0,074	0,083	0,107	в 3,2 раз.

Оценивая показатели финансового состояния предприятий можно сделать вывод об их высокой финансовой устойчивости. Рассматривая показатели независимости двух ведущих предприятий, следует отметить, что разрыв между ними очень невелик. В 2004 г. коэффициент независимости ООО «Птицефабрика «Снежка» составил 0,656 против 0,615 в ООО «Победа-Агро». Это говорит о том, что эти сельскохозяйственные товаропроизводители соблюдают разумные пропорции между объемами производства и финансовой устойчивостью.

Оценивая соотношение заёмных и собственных средств предприятий, можно сделать вывод о том, что в среднем по области оно находится в допустимых пределах. При этом за анализируемый период это соотношение увеличилось в 1,6 раза. Данное увеличение является негативным явлением.

Анализируя платёжеспособность птицеводческих предприятий, следует отметить, что в среднем её уровень невысок. Несмотря на то, что за период с 2000 по 2004 г. коэффициент абсолютной ликвидности возрос на 60%, его величина очень низка (2004 г. – 0,008). То есть за счёт денежных средств и краткосрочных финансовых вложений предприятия в состоянии погасить только 0,8% своей краткосрочной задолженности. При этом в ООО «Птицефабрика «Снежка» данный показатель за анализируемый период снизился на 91,7%, а в ООО «Победа-Агро» он вырос в 32 раза (табл. 20).

20. Показатели платёжеспособности отдельных птицеводческих предприятий Брянской области

Показатели	2000 г.	2001 г.	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2004 в % к 2000 г.
Коэффициент абсолютной ликвидности						
ООО «Птицефабрика «Снежка»	0,012	0,008	0,005	0,003	0,001	8,3
ООО «Победа-Агро»	0,001	0,004	0,002	0,008	0,032	в 32 раз.
В среднем по области	0,005	0,007	0,004	0,005	0,008	160,0
Промежуточный коэффициент покрытия						
ООО «Птицефабрика «Снежка»	0,323	0,485	0,146	0,098	0,105	32,5
ООО «Победа-Агро»	0,041	0,282	0,907	1,040	1,113	в 27 раз.
В среднем по области	0,148	0,371	0,310	0,290	0,325	в 2,2 раз.
Общий коэффициент покрытия						
ООО «Птицефабрика «Снежка»	1,945	1,310	1,626	1,373	0,223	11,5
ООО «Победа-Агро»	0,289	0,413	3,063	2,502	2,138	в 7,4 раз.
В среднем по области	0,958	0,939	1,831	1,617	0,733	76,5

Оценивая деловую активность предприятий отрасли (табл. 21) можно отметить, что хотя для сельскохозяйственного производства она и высока, но по сравнению с другими отраслями народного хозяйства значительно отстаёт. Так, в 2004 г. общий коэффициент оборачиваемости оборотных средств по отрасли составил 0,968, что на 66,6% выше уровня 2000 г. Повышение скорости оборота свидетельствует о том, что снизилась затоваренность производства, улучшилась работа по нормированию оборотных средств и структура производственных запасов стала более оптимальной. Это в свою очередь приводит к уменьшению потребности в авансировании капитала в оборотные средства, а, следовательно, снижается потребность в заёмных ресурсах.

21. Показатели деловой активности отдельных птицеводческих предприятий Брянской области

Показатели	2000 г.	2001 г.	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2004 в % к 2000 г.
Общий коэффициент оборачиваемости						
ООО «Птицефабрика «Снежка»	0,612	0,716	0,842	0,834	0,783	127,9
ООО «Победа-Агро»	0,520	1,110	1,452	1,810	1,692	в 3,3 раз.
В среднем по области	0,581	0,736	0,898	0,975	0,968	166,6
Коэффициент оборачиваемости запасов и затрат						
ООО «Птицефабрика «Снежка»	3,135	3,369	2,169	2,208	1,888	60,2
ООО «Победа-Агро»	5,773	6,055	2,570	3,660	4,323	74,9
В среднем по области	3,316	3,319	2,187	2,438	2,341	70,6
Время одного оборота, дн.						
ООО «Птицефабрика «Снежка»	116,4	108,3	168,3	165,3	193,3	166,1
ООО «Победа-Агро»	63,2	60,3	142,0	99,7	84,4	133,5
В среднем по области	110,1	110,0	166,9	149,7	155,9	141,6

Оценивая эффективность деятельности предприятий отрасли (табл. 22), следует отметить, что она не высока, но при этом прослеживается тенденция к её увеличению. Так, в 2004 г. рентабельность всего капитала в среднем по отрасли составила 0,7% против 6,6% убыточности в 2000 г. На фоне некоторого улучшения финансового состояния предприятий отрасли невысокие показатели рентабельности использования капитала свидетельствуют о необходимости дальнейшей работы по рационализации производственно-хозяйственной деятельности предприятий. При этом особое внимание следует уделить снабженческо-сбытовой деятельности, по-

сколько основные резервы повышения эффективности деятельности предприятий заключены именно в этой сфере. Каждому типу хозяйств должна быть подобрана птица, способная проявить генетические задатки наиболее полно в конкретных условиях. Подтверждением этому служат результаты конкурсных испытаний, проведенных в сопредельных с Россией государствах ближнего зарубежья и Европейских странах.

22. Показатели рентабельности (убыточности) отдельных птицеводческих предприятий Брянской области

Показатели	2000 г.	2001 г.	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2004 г. в % к 2000 г.
Коэффициент рентабельности (убыточности) всего капитала						
ООО «Птицефабрика «Снежка»	0,049	0,020	0,089	0,021	0,003	6,1
ООО «Победа-Агро»	-0,564	-1,027	0,001	0,002	0,001	+ 0,565 п.
В среднем по области	-0,066	-0,078	0,061	0,015	0,007	+ 0,073 п.
Коэффициент рентабельности (убыточности) производственных фондов						
ООО «Птицефабрика «Снежка»	0,056	0,026	0,098	0,023	0,005	8,9
ООО «Победа-Агро»	-0,601	-2,027	0,001	0,002	0,001	+0,602 п.
В среднем по области	-0,076	-0,104	0,070	0,017	0,013	+ 0,090 п.
Коэффициент рентабельности (убыточности) продаж						
ООО «Птицефабрика «Снежка»	0,079	0,028	0,106	0,025	0,003	3,8
ООО «Победа-Агро»	-1,084	-0,925	0,001	0,001	0,001	+ 1,085 п.
В среднем по области	-0,113	-0,106	0,068	0,015	0,008	+ 0,121 п.

В рыночных условиях хозяйствования для ведения расширенного товарного производства и успешной реализации сельскохозяйственной продукции принципиальное значение имеет маркетинговая деятельность, направленная на определение резервов повышения эффективности реализации, поиск наиболее выгодных каналов сбыта продукции птицеводства.

Организация реализации продукции птицеводства предполагает ее доведение до конкретного покупателя посредством заключения договоров, хранения, упаковки, переработки и непосредственно реализации, иными словами, формирования каналов ее распределения. Последние представляют собой систему взаимосвязанных элементов: объем продаж, ценообразование, качество.

От выбора канала реализации зависит, в конечном счете, эффективность функционирования предприятия, на которую оказывают влияние цена реализации продукции, скорость оборота оборотного капитала, издержки обращения. Канал распределения характеризуется количеством посредников, выполняющих определенные функции по приближению птицеводческой продукции к потребителям. В мировой практике исследователи выделяют, как правило, четыре уровня каналов распределения продукции птицеводства: нулевой, первый, второй и третий [11].

Функции распределения сбыта по каналам реализации возложены в птицеводческих предприятиях на отделы маркетинга. В тех птицеводческих хозяйствах, где есть фирменные магазины, продукция птицеводства, предназначенная для продажи, распределяется через них для реализации, а оставшаяся часть товарной продукции по всем остальным каналам сбыта. Широко практикуется реализация продукции птицеводства оптовыми партиями.

Основным производителем яиц и их поставщиком на внутренний рынок является ООО «Птицефабрика «Снежка». Часть яичной продукции на этом предприятии перерабатывается в яичный порошок, поэтому после открытия цеха по переработке яиц, их доля, реализуемая через фирменную торговлю, имеет тенденцию к сокращению. В то же время в 3,9 раза увеличилось количество продукции мясного птицеводства, реализуемой через сеть фирменных магазинов. Необходимо отметить, что основными каналами сбыта яиц для крупных производителей были реализация предприятиям и организациям оптовой и розничной торговли и поставки в региональные продовольственные фонды. Для крупнейшего производителя яиц в области ООО «Птицефабрика «Снежка» последний их канал продажи был основным. ООО «Победа-Агро» реализует свою яичную продукцию предприятиям и организациям оптовой и розничной торговли в основном за пределы Брянской области. Для мелких производителей – СПК «Зимницкий» и СПК Агрофирма «Орловский» основными каналами реализации яиц были региональная оптовая и розничная торговля.

23. Реализация продукции птицеводства в Брянской области

Виды продукции	1997 г.		2000 г.		2002 г.		2004 г.		2004 г. к 1997 г., %, раз
	млн. шт., т	млн. руб.							
Реализовано в области									
Яйца	215	85906	157	125565	196	235232	218	266874	101,4
Мясо	4068	21560	37899	79588	26137	73184	26536	72171	в 6,5 раза

Продолжение таблицы 23

в том числе через фирменную торговлю									
Яйца	203	75778	116	100052	35	49986	36	49986	17,7
Мясо	3702	19006	26067	56029	14560	41568	14761	31568	в 3,9 раза
Реализовано продукции за пределы области									
Яйца	27	2616	30	32359	94	96565	115	128206	в 4,3 раза
Мясо	226	1394	1510	4297	3598	7347	3797	6334	в 16,8 раз
Всего									
Яйца	242	88522	187	157924	290	331797	333	395080	137,6
Мясо	4294	22954	39409	83885	29735	80531	30333	78505	в 7,1 раза

В таблице 24 приведена оценка экономической эффективности каналов реализации яиц. Проведем ее на примере крупнейшего производителя продукции птицеводства ООО «Птицефабрика «Снежка».

24. Каналы реализации яиц в ООО «Птицефабрика «Снежка» Брянской области

Показатели	2000 г.	2001 г.	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2004 г. в % к 2000 г.
Реализовано – всего (с учетом порошка), тыс. шт.	129152	126137	143350	162715	127319	98,6
в том числе:						
в региональные фонды	106579	83137	94482	115528	72147	67,7
на рынке	20580	43000	48739	47025	55045	в 2,7 раза
через общественное питание	124	9	128,9	162	127	102,4
Цена реализации, руб./тыс.шт.	916,8	1159,3	1198,0	1195,1	1468,7	160,2
в том числе:						
в региональные фонды	958,4	1136,8	1175,0	1195,1	1479,4	154,4
на рынке	723,8	1074,4	1109,3	1190,0	1191,9	164,7
через общественное питание	741,9	777,8	803,8	1511,0	1501,8	в 2 раза
Уровень рентабельности, %	28,5	28,4	43,0	18,8	7,6	-20,9 п.

За анализируемый период наиболее эффективными каналами реализации являются государственный сектор и рынок. При этом необходимо отметить, что при сбыте продукции птицеводства собственными силами сельскохозяйственные предприятия вынуждены нести существенные расходы, связанные с этим процессом. Например, в фирменных магазинах они достигают 9 и более процентов. Реализация продукции на свободном рынке сопряжена также с рядом проблем: отсутствием нормальной инфраструктуры рынка, а именно складских помещений, коммуникаций, что увеличивает издержки предприятия, связанные со сбытом продукции птицеводства.

Рост цен на потребляемые в процессе производства материалы, технические средства и услуги predeterminedили повышение их удельного веса в общих затратах на производство продукции птицеводства и соответственного увеличения ее себестоимости (табл. 25).

25. Эффективность реализации продукции птицеводства в Брянской области

Виды продукции	Себестоимость реализованной продукции, руб.			Цена реализации, руб.			Уровень рентабельности (убыточности) с учётом дотаций и компенсаций, %		
	2001 г.	2002 г.	2004 г.	2001 г.	2002 г.	2004 г.	2001 г.	2002 г.	2004 г.
Яйца, тыс. шт.	848	930	1307	905	1111	1507	6,7	19,4	15,3
Мясо птицы, ц	2542	3232	4171	2134	3178	4108	- 13,0	- 1,7	-1,5

За анализируемый период себестоимость реализованных яиц возросла на 64,9%, а их цена – на 66,5%. Себестоимость реализации мяса возрастала более низкими темпами (на 39%) чем яиц, а цена реализации – на 40,1%. Продукция отрасли яичного птицеводства пользуется большим спросом у различных слоев населения с разными доходами, чем мясного в силу своей ценовой доступности. В целом в Брянской области птицеводство было рентабельным. В 2004 г. уровень его рентабельности составил 12,1%.

От правильно выбранной политики ценообразования во многом зависит эффективность деятельности птицеводческого предприятия. Установление цены на товар в условиях рынка также является важнейшим направлением маркетинговой деятельности предприятия и представляет собой сложный, многоэтапный процесс, требующий анализа большого количества ценообразующих факторов.

В процессе ценообразования предприятие должно четко формулировать общие цели, намеченные при производстве продукции птицеводства. На уровень цен реализуемой продукции птицеводства конкретного производителя влияют внешние и внутренние факторы. К первым из них можно отнести спрос на товары, ценовую политику конкурентов, государственное регулирование и др., а к внутренним факторам – издержки производства и качество продукции.

Рассмотрим механизм ценообразования на продукцию птице-

водства на примере ООО «Птицефабрика «Снежка». Цены на продукцию птицеводства на данном предприятии устанавливаются на уровне текущих цен конкурентов без учета собственных издержек на данные виды собственной продукции, то есть действуют свободные цены, складывающиеся под влиянием спроса и предложения. При этом контроль за ценами и работой дилеров при сбыте продукции на рынках осуществляют сотрудники отдела маркетинга, один раз в неделю объезжающие рынки на которых реализуется продукция птицеводства ООО «Птицефабрика «Снежка».

Поскольку в фирменные магазины продукция поступает, минуя посредников, то и цены на нее ниже, чем в других торговых точках города. Продукция реализуется по отпускным ценам, которые при необходимости оперативно пересматриваются. В определенные периоды, например, спада потребительского спроса, продукция птицеводства реализуется по ценам ниже себестоимости. Такой гибкий подход к ценообразованию позволяет избежать затоваривания продукцией птицеводства складов предприятия и стабильно удерживать значительную часть доли регионального рынка продукции птицеводства.

Одним из важных направлений маркетинговой деятельности производителей продукции птицеводства Брянской области является определение сегментов ее рынка. На рынке продукции птицеводства можно выделить 3 сегмента. К первому сегменту можно отнести покупателей области: общепит, оптовые фирмы, магазины розничной торговли и прочие покупатели, в том числе частные колбасные цеха. Второй сегмент включает в себя покупателей других российских регионов, а третий – оптовых покупателей из стран ближнего зарубежья, чему способствует приграничное положение области.

На рынке яиц и мяса птицы существует острая ценовая конкуренция. Брянские производители яиц конкурируют между собой, а производители мясной продукции, кроме того, – с иностранными поставщиками. При этом население с более низкими доходами отдает предпочтение более дешевой мясной продукции независимо от того импортного она производства, или отечественного. Основными импортерами мясной продукции являются Франция, Польша, Испания и Беларусь.

Одной из важнейших проблем маркетингового исследования рынка птицеводческой продукции является определение его емкости. Он отражает возможный объем ее сбыта в течение определенного отрезка времени. В качестве такого отрезка времени в нашем примере взят календарный год.

Фактическую емкость рынка определим по формуле:

$$E_{\phi} = Q_{p_1} + Q_{p_2} - Q_{p_3}, \quad (2)$$

где E_{ϕ} – ёмкость рынка; Q_{p_1} – объём продаж продукции, произведенной в хозяйствах всех категорий; Q_{p_2} – объём продаж продукции, завезённой из-за рубежа и других российских регионов; Q_{p_3} – объём продаж произведенных в регионе яиц за его пределами.

В Брянской области емкость рынка яиц составляла:

$$E_{\phi 2000} = 187288 - 30332 = 156956 \text{ тыс. шт.};$$

$$E_{\phi 2002} = 289592 - 93565 = 280027 \text{ тыс. шт.};$$

$$E_{\phi 2004} = 471563 - 167254 = 304309 \text{ тыс. шт.}$$

Ёмкость рынка яиц складывалась из их реализации в области и за ее пределами. Поступление яиц в область из других регионов и за счет импорта не наблюдалось, поскольку яйца – продукт скоропортящийся, требующий специального оборудования для перевозки и хранения, что увеличивает ее полную себестоимость, но в то же время нельзя не учитывать относительно низкие цены, сложившиеся на яйца в Брянской области по сравнению с другими российскими регионами. За анализируемый период емкость рынка яиц возросла на 93,9%.

В 2000-2004 гг. емкость рынка мяса птицы в области составляла:

$$E_{\phi 2000} = 39409 + 3635 - 1510 = 41534 \text{ тыс. т};$$

$$E_{\phi 2002} = 29735 + 5886 - 3598 = 32023 \text{ тыс. т};$$

$$E_{\phi 2004} = 30500 + 4135 - 3840 = 41534 \text{ тыс. т.}$$

За истекшие 3 года в Брянской области емкость рынка мяса птицы сократилась на 25,9%. Для его состояния в регионе было характерным снижение объемов собственного производства при активном поступлении импортной продукции (окорочков и фарша), которая при более низком уровне закупочной цены обеспечивала оптовым организациям получение высоких доходов. Финансовый кризис 1998 гг. привел к сокращению поступления «ножек Буша». В последнее время потребительский спрос постоянно переориентируется на более качественное отечественное мясо птицы.

Объемы продукции мясного птицеводства, поставляемые за пределы области возросли более чем в три раза. Брянские птицефабрики реализуют свою продукцию в Москву, Санкт-Петербург,

Мурманск, а также в Калужскую, Липецкую, Тульскую, Тверскую, Смоленскую, Орловскую, Новгородскую, Волгоградскую, Владимирскую и Калининградскую области и Краснодарский край.

На птицеводческих предприятиях существенное внимание уделяется разработке новых товаров и методам внедрения их на рынок. При этом придерживаются следующего порядка внедрения нового товара на рынок. После разработки нового товара его вначале продают небольшими партиями на заранее выбранных рынках перед запуском в массовое производство. Если товар не устраивает покупателей по цене, то ее несколько снижают. В случае же неостребованности нового товара в серийное производство он не поступает. Так, в 1998 г. в ООО «Птицефабрика «Снежка» стали внедрять на рынок яиц новую продукцию – яйца перепелов. Первоначальная стоимость товара была лишь незначительно выше себестоимости ее производства, затем по мере проведения рекламной компании, цена на данный товар, сохранявшийся примерно на одном уровне в течение последующих трех лет после внедрения, возросла сразу же более чем в два раза, поскольку этот новый товар постоянно востребован покупателями г. Брянска и районов области.

В целом же можно отметить, что в птицеводческих хозяйствах области выделяются следующие основные задачи реализации продукции птицеводства: определение объема и качества реализуемой продукции; контроль за выполнением планов поставок и договорных обязательств по реализации продукции; контроль за ценами реализации продукции; исчисление коммерческой себестоимости реализованной продукции; определение выручки и определение финансовых результатов от реализации продукции птицеводства.

Особого внимания заслуживает вопрос, посвященный качеству продукции птицеводства, так как от него, в конечном счете, зависят финансовые результаты деятельности предприятия. Проведенный нами выборочный опрос среди 243 покупателей мяса птицы на продовольственных рынках г. Брянска, в фирменных магазинах ООО «Птицефабрика «Снежка» и ООО «Победа-Агро» подтвердили правильность наших выводов о покупательских предпочтениях. Так, 79% опрошенных при равной цене хотят приобретать мясо птицы отечественного производства, 5% – предпочитают импортную продукцию, 16% – ответили, что им безразлично какую приобретать продукцию. При этом они готовы приобретать продукцию тех производителей, которая будет дешевле.

В понятие качества отдельного продукта вкладывается его целевое предназначение и соответствие определенным требованиям. К мясу цыплят бройлеров, реализуемых в виде тушек, предъявля-

ются следующие требования. Они должны иметь определённые параметры пищевой и энергетической ценности, мышечной и костной систем, жировых отложений, требуемую степень общипки, состояние и цвет кожи, не иметь постороннего запаха и привкуса. Если указанные требования не выполняются, то тушки переводятся в низшие категории, а предприятие терпит убыток. Так, перевод цыплят бройлеров из I во II категорию уменьшает выручку от реализации на 12-15%. Проведенный нами опрос покупателей продукции мясного птицеводства в фирменных магазинах ООО «Птицефабрика «Снежка» показал, что 70% их являются постоянными покупателями именно этих магазинов, а 30% – предпочитают приобретать мясо кур в виде цельной тушки. Покупатели данного вида продукции птицеводства отметили, что качество приобретаемых ими тушек достаточно высокое – на тушках нет кровоподтёков. Это свидетельствует о том, что режим питания птицы обеспечивается, во время отлова птицы для убоя с ней обращаются аккуратно, режимы оглушения соблюдаются, обескровливание и общипка проводятся правильно. На тушках не бывает следов желчи, что свидетельствует о правильном их потрошении. Таким образом, можно сделать вывод о том, что на предприятии-производителе налажен должный контроль не только за качеством продукции, но и рационально организован откорм, убой и послеубойная доработка тушек птицы. Это позволяет данному предприятию быть конкурентоспособным на рынке продукции птицеводства.

Вместе с тем следует отметить, что необходима разработка системы управления качеством по международным стандартам. Для того, чтобы отечественная продукция птицеводства была конкурентоспособной при условии вступления России в ВТО, она должна быть высокого качества.

Для контроля за качеством продукции птицеводства и комбикормов, применяемых в отрасли, в таких птицеводческих предприятиях как ООО «Птицефабрика «Снежка» и ООО «Победа-Агро» созданы производственные лаборатории. На этих же предприятиях ведутся работы по стандартизации и сертификации продукции птицеводства.

Структура реализации яиц по категориям качества в ООО «Птицефабрика Снежка» свидетельствует о том, что за анализируемый период прослеживаются существенные колебания в качественных показателях сбыта. Так, за период с 1990 по 2004 г. почти на 15% возросли объемы реализации отборных яиц, почти на 50% яиц «столовых», доля реализации мелких яиц при этом сократилась на 1,4%. Это свидетельствует о наличии резервов улучшения каче-

ства яиц. Один из них – повышение качественных кондиций яиц, то есть производство яиц повышенных качественных гарантий, а также с определенной биологической направленностью.

В ООО «Птицефабрика «Снежка» продукция яичного производства отличается большим разнообразием. Ее ассортимент включает в себя яйца отборные (полученные от несушек с увеличенным по сравнению со стандартами сроком использования, а также яйца деревенские (крупные яйца с ярко-желтым или оранжевым желтком). Такие яйца получают с использованием специальных витаминных кормов, приготовленных из натуральных компонентов (например, травы люцерны), а также при особом режиме освещения. Вышеперечисленные виды продукции пользуются повышенным спросом у населения, несмотря на более высокие цены на нее.

После аварии на Чернобыльской АЭС население, проживающее на территориях, подвергшихся воздействию радионуклидов, стало испытывать дефицит йода. К таким территориям относится и Брянская область. Ученые пытались решить данную проблему посредством введения в рацион питания людей йодированной соли, но она в процессе термической обработки теряла свои полезные качества. Решить проблему обогащения продуктов питания йодом станет возможным в результате производства в птицеводческих хозяйствах области йодированных яиц. Добиться этого можно путем введения в рацион кур-несушек премикса «йод-плюс» в количестве 1% от массы комбикормов. При производстве таких яиц их качество остается на высоком уровне, поскольку цвет, запах и вкус у них такие же, как у обычных яиц, но содержание йода в несколько раз выше. Следует отметить, что опыт производства йодированных яиц уже имеется на Ново-петровской и Сыктывкарской птицефабриках, разработано ТУ «Яйцо куриное йодированное», занесенное в Госстандарт России.

Как показали исследования, у птицеводческих хозяйств Брянской области имеются существенные резервы повышения эффективности яичного птицеводства также за счет производства яиц, содержащих витамины, макро и микроэлементы в 4-6 раз больше, чем в обычных яйцах. Опыт производства яиц, обогащенных витамином Е и селеном имеется на Сеймовской птицефабрике. Такие яйца выпускаются под торговой маркой «Молодильные», которые обладают ярко выраженным лечебным эффектом, поскольку способствуют нормализации структуры и функции печени, показателей периферической крови и иммунного статуса человека.

Уже имеющийся опыт производства яйца «Домашнего» на ООО «Птицефабрика «Снежка» свидетельствует о высокой востре-

бованности этого продукта у населения. Рентабельность данного вида продукции на 30% выше, чем обычных яиц. Опрос, проведенный нами среди населения Выгоничского района Брянской области, в котором участвовало 206 человек в возрасте от 18 до 75 лет показал, что яйца, обогащенные каротиноидами, различными витаминами и йодом будут пользоваться устойчивым спросом у 55% респондентов, особенно у людей среднего и преклонного возраста, страдающих различными заболеваниями сердечно-сосудистой, эндокринной системы и желудочно-кишечного тракта.

При оценке качества реализуемых яиц на птицефабриках области был проведен опрос среди их потребителей на продовольственных рынках г. Брянска и области, где реализуют свою продукцию практически все производители. Среди недостатков, отмеченных покупателями яиц, указывающих на низкое качество продукции, были следующие: тонкая, неровная, шероховатая скорлупа, блестящая поверхность яиц, указывающая на то, что они несвежие. Поэтому были изучены факторы, влияющие на качество яиц: качество кормов, используемых на птицефабриках, условия содержания птицы и др. В ходе исследования было установлено, что при недостаточном содержании протеина в кормах (на 1,5-2% ниже нормы) толщина скорлупы снижается на 5-10%. Избыток витамина Д способствует появлению на скорлупе известковых наростов, а при недостатке витамина В₂ белок разжижен, скорлупа шероховатая и пятнистая.

Таким образом, у брянских птицефабрик есть существенные резервы повышения качества яиц. Их использование будет способствовать увеличению объёмов сбыта яиц и появлению постоянных покупателей у каждого из производителей высококачественной яичной продукции. Для привлечения покупателей необходимо, чтобы продукция каждой птицефабрики была узнаваемой.

На деятельность сельскохозяйственного предприятия значительное влияние оказывает количество внешних факторов, которые оно в состоянии контролировать в той или иной степени. Наиболее значительным из них является конкуренция.

Конкуренция – это борьба товаропроизводителей между собой за наиболее выгодные условия производства и сбыта продукции. Она возникает, когда предложение превышает спрос. Рыночные отношения длительное время не позволяют предпринимателям занимать устойчивое положение на рынке, опираясь в своей производственно-сбытовой стратегии только на показатели конкурентоспособности товара. Конкурентоспособность предприятия определяется действием факторов внешней и внутренней среды его жизнедеятельности. К факторам внешней среды можно отнести уровень раз-

вития экономики страны, государственное регулирование экономики (налогообложение, кредитно-финансовая система, внешнеэкономические связи), система коммуникаций, факторы, определяющие потребление продукции (емкость рынка), уровень конкуренции.

Конкурентоспособность предприятия может оцениваться путем сопоставления конкретных позиций нескольких предприятий на одном и том же рынке по таким параметрам, как технологии, знания и опыт персонала, система управления, маркетинговая политика, коммуникации. Для того, чтобы иметь сведения о своих конкурентах-производителях птицеводческой продукции в других российских регионах, в хозяйстве анализируются сведения о них в разрезе вышеперечисленных позиций. Такая информация поступает на предприятие один раз в полугодие. В ней сконцентрированы сведения о производстве и реализации продукции птицеводства в птицеводческих хозяйствах 24 областей и республик страны. Основными конкурентами на Российском рынке продукции птицеводства для ООО «Птицефабрика «Снежка» являются производители данного вида продукции во Владимирской, Орловской, Ленинградской, Курской, Калужской, Ярославской и других областей. На их фоне ООО «Птицефабрика «Снежка» по многим позициям занимает лидирующее положение и по праву считается одним из лучших хозяйств данной специализации в России. Серьезных конкурентов на областном рынке продукции птицеводства она не имеет, занимая лидирующее положение.

Для того чтобы сделать продукцию птицеводства, производимую в Брянской области, более конкурентоспособной особое внимание и в сельскохозяйственных предприятиях и в личных подсобных хозяйствах населения уделяется разработке новых видов продукции и развитию таких подотраслей как гусеводство, утководство, перепеловодство, страусоводство.

2.3.2. Организация производства и сбыта продукции птицеводства в личных подсобных хозяйствах

Российское птицеводство в 1990г. мало чем уступало странам с развитым птицеводством, на каждого жителя производилось по 12 кг. мяса птицы (4-е место в мире) и 320 яиц (1-е место в мире), что при сложившейся структуре питания соответствовало физиологическим нормам. Период реформирования аграрного сектора экономики (1990-1997 гг.) характеризуется сокращением производства продукции птицеводства во всех категориях хозяйств (рис. 13, 14), в том числе наблюдается значительное сокращение производства продук-

ции птицеводства в личных подсобных хозяйствах населения.

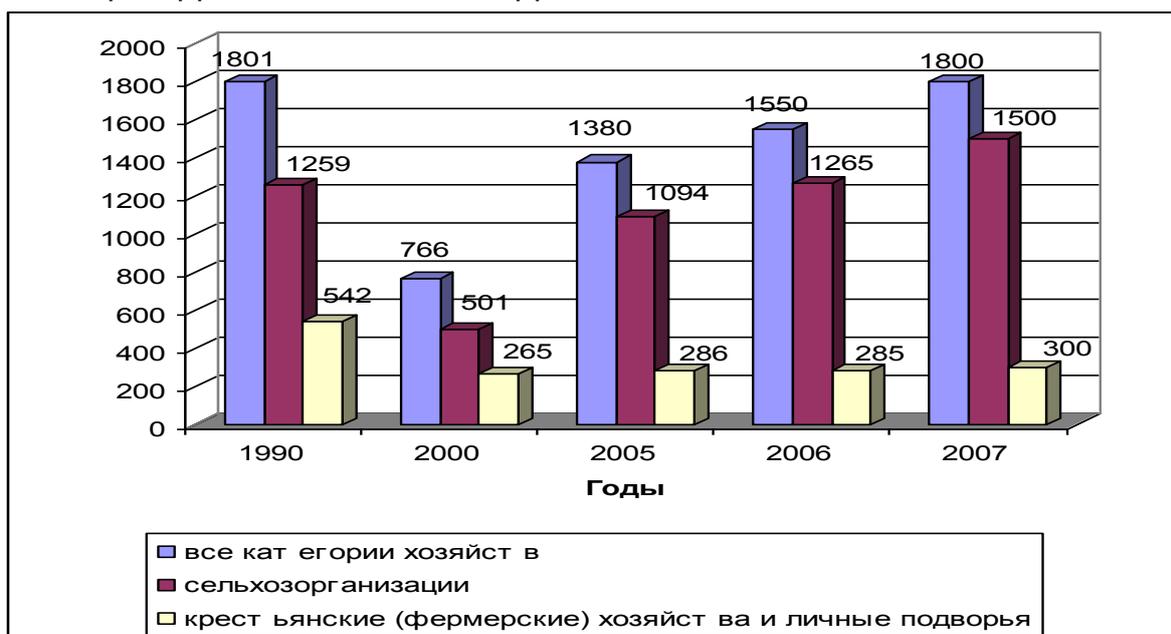


Рис. 13. Производство мяса птицы в убойной массе в Российской Федерации по категориям хозяйств, тыс. т

Для владельцев ЛПХ, содержащих птицу продукция птицеводства играет всё более значительную роль в решении проблемы продовольственного обеспечения семьи. Доля владельцев ЛПХ, для которых продукция птицеводства является дополнительным источником продовольствия, увеличилась за 2000-2001 гг. на 6%. На 2% возросло число семей, для которых продукция птицеводства является основным продуктом животного происхождения. В связи с ростом заболеваемости населения увеличилась потребность в диетической продукции птицеводства (на 1%).

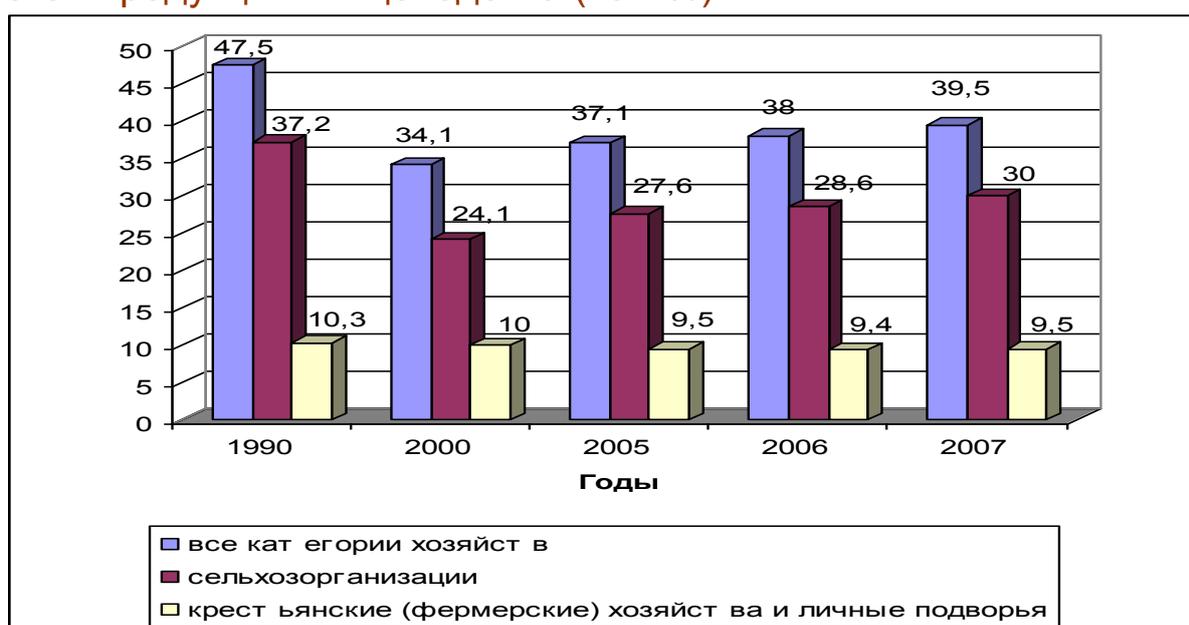


Рис. 14. Производство яиц в Российской Федерации по категориям хозяйств, млрд. шт.

В связи с интервенцией импортной, часто низкокачественной продукции птицеводства, возросла роль данного вида продукции, как источника получения экологически чистой белковой продукции.

В связи с низкими доходами значительной части сельского населения возросла потребность в яйцах с ярко-жёлтыми желтками, как более конкурентоспособной продукции на рынке яичной продукции.

Население Брянской области традиционно потребляло в пищу мясо гусей и уток, но ниша данных видов продукции птицеводства в области свободна. Это побуждает владельцев ЛПХ производить те виды птицы, цена на которые значительно выше, чем на мясо кур и выручка от реализации которых будет значительно выше (табл. 26).

26. Мотивация развития птицеводства в ЛПХ (количество положительных ответов в % от общего числа опрошенных)

Мотив развития птицеводства в ЛПХ	2007 г.	2008 г.	2008 г. к 2007г. (+,-)
Дополнительный источник продовольствия	47,0	53,0	+6
Основной источник продуктов животного происхождения	35	37	+2
Источник получения диетической мясной продукции для детей и больных взрослых людей	6	7	+1
Источник получения экологически чистой белковой продукции	30	35	+5
Источник получения яиц с ярко-жёлтым желтком, пользующимся повышенным спросом у населения	15	16	+1
Источник получения тех видов мяса птицы, недостаток которых ощущается в области	7	5	-2
Дополнительный источник доходов	20	22	+2
Основной источник доходов	-	-	-
Традиция	18	17	-1
Помощь детям и внукам, живущим отдельно от родителей	52	54	+2
Помощь родственникам из города	30	24	-6

Возросла роль птицеводства как дополнительного источника доходов. Увеличилась продовольственная помощь данной продукции детям и внукам. Между тем помощь родственникам из города существенно сократилась. Это объясняется тем, что доходы селян продолжают оставаться низкими, и они увеличивают объём реали-

зуемой продукции за счёт сокращения безвозмездной продовольственной помощи горожанам.

В качестве главного критерия, определяющего тип ЛПХ в целом В.Б. Островский и В.Б. Самсонов выделили его товарность. Применительно к ЛПХ, занимающиеся производством продукции птицеводства по этому признаку на основе данных анкетирования владельцев ЛПХ можно выделить следующие ЛПХ (табл. 27).

Таким образом, основная часть ЛПХ, занимающихся производством продукции птицеводства являются потребительскими, **птицеводческими, специализирующимися на производстве 2-3-х видов продукции птицеводства, семейные, находящиеся в сельской местности. Основным каналом реализации является рынок (областной, или районный).**

27. Основные признаки классификации ЛПХ, занимающихся производством продукции птицеводства

Признак	Типы ЛПХ
Товарность	Товарные-3% Потребительско-товарные-13% Потребительские-84%
Отраслевая направленность	Животноводческие-3% Птицеводческие-61% Многоотраслевые-36%
Специализация производства	Специализированные на производстве 2-3 видов продуктов птицеводства- 43% Узко специализированны- 36% Многоотраслевые – 21%
Семейственность	Индивидуальные - 9% Семейные -91%
Урбанизированность	Сельские - 86%
Каналы реализации продукции	Рынок - 36 Односельчанам - 25 Мелким частным предпринимателям - 24 Бартерный обмен с односельчанами - 5 Вдоль автотрасс - 2 С выбором нескольких каналов реализации - 24

По наличию излишков продукции птицеводства, производимых семьей, можно выделить 4 типа ЛПХ (табл. 28).

Наши исследования показали, что в **1 типе хозяйства** реализация продукции птицеводства производится эпизодически (в период задержек заработной платы, необходимости приобретения лекарств для больных членов семьи, предметов повседневного пользования и необходимости оплаты коммунальных услуг (в основном

электроэнергии и газа).

Во 2 типе хозяйств часть продукции птицеводства производится целенаправленно с целью реализации и получения запланированного дополнительного дохода.

28. Классификация ЛПХ по характеру использования произведенной продукции птицеводства

Тип ЛПХ	Основные направления производственной деятельности	Основное назначение
1. Потребительские	Многоотраслевые хозяйства с содержанием скота и птицы на кормах собственного производства	Обеспечение продукцией птицеводства своей семьи, родственников, проживающих в городе и детей студентов
2. Потребительско-товарные	Многоотраслевые хозяйства с выделением товарной отрасли – птицеводство	Обеспечение продукцией сельского хозяйства своей семьи. Реализация оставшейся от личного потребления продукции птицеводства по различным каналам с целью получения дополнительного дохода
3. Товарные многоотраслевые	Многоотраслевые хозяйства, производящие продукцию птицеводства в основном для реализации по различным каналам	Обеспечение продовольствием своей семьи и в широких масштабах налаженная реализация продукции птицеводства с целью получения дополнительного дохода
4. Товарные специализированные хозяйства по производству продукции птицеводства	Узкоспециализированные хозяйства, реализующие продукцию птицеводства по различным каналам	Реализация продукции птицеводства с целью получения доходов

В 3 тип были включены хозяйства, основная цель владельцев которых получение от реализации продукции сельского хозяйства, в том числе и продукции птицеводства, дополнительного дохода.

К 4 типу были отнесены хозяйства, имеющие узкую специализацию – производство и реализация продукции птицеводства.

Это наиболее перспективные для дальнейшего успешного развития приусадебного птицеводства хозяйства. Их владельцы, как правило, занимаются производством продукции птицеводства из поколения в поколение, имеют богатый накопленный опыт ведения этой отрасли животноводства в приусадебном хозяйстве.

В качестве яркого примера ведения ЛПХ 4 типа ЛПХ можно привести хозяйство Т.Т. Лобжина из села Староселье Унечского района Брянской области. Данное хозяйство имеет узкую специализацию – производство племенных гусей Холмогорской породы. Разведением

гусей этой породы с целью их дальнейшей реализации для племенных целей занимались еще прадед и дед Т.Т. Лобжина. Навыки и тонкости ведения гусеводства передаются в этой семье из поколения в поколение. Лучшие представители породы реализуются владельцам ЛПХ нескольких регионов России. Цена реализации в 2007 г. составляла 1800 руб. за голову. Ежегодно реализуется 20-30 голов гусей. Выбракovaných гусей Т.Т. Лобжин откармливает, а затем забивает. Мясо использует для нужд своей семьи.

В целом можно отметить, что если 1 тип хозяйств производит продукцию только для собственного потребления, то товарные ЛПХ для своего развития требуют наличия определенной материальной базы (строительных материалов для оборудования птичников и вольеров для выгула птицы, материально-денежных ресурсов для приобретения молодняка птицы, кормов, средств малой механизации, необходимых для доставки, измельчения и приготовления самих кормов и т.д. Необходимо также наличие рынков сбыта продукции птицеводства.

Можно выделить также ЛПХ в зависимости от развития кормовой базы приусадебного птицеводства. В этой связи целесообразно выделить хозяйства, в основном производящие корма на приусадебных участках – это нетоварные хозяйства потребительского типа. В общем числе обследованных хозяйств их доля составляет 15%., хозяйства получающие корма от сельскохозяйственных предприятий и выращивающие их на своих земельных участках. К таким хозяйствам можно отнести товарно-потребительские и специализированные ЛПХ.

К третьему типу можно отнести ЛПХ, производящие корма на своих приусадебных участках, приобретающие их в сельскохозяйственных предприятиях и у частных лиц. В основном сюда можно отнести специализированные ЛПХ.

Развитие приусадебного птицеводства предполагает эффективное использование имеющегося ресурсного потенциала самих хозяйств, а для этого потребуются разработка комплекса мер, направленных на выполнение этой задачи.

Формирование ресурсного потенциала ЛПХ Брянского региона происходит в первую очередь в самих хозяйствах населения, содержащих птицу. Велика пока роль в этом сельскохозяйственных предприятий, предоставляющих им земельные угодья для производства кормов, выделяющих пастбища для пастбы водоплавающей птицы, реализующих молодняк кур и взрослую птицу.

Кроме того, хозяйства населения получают корма в готовом виде натуральных выплат в счет заработной платы, арендных платежей за пользование сданных в аренду земельных долей и т.д. Кроме того, корма продаются потребкооперацией, фермерскими хозяйства-

ми и частными предпринимателями. Получила свое развитие и такая форма приобретения кормов для птицы как бартерный обмен зерна и комбикорма на другие виды сельскохозяйственной продукции (плоды, ягоды, картофель, овощи, мясо, яйца, творог, сметану, молодняк скота и птицы и т.д.), осуществляемый между владельцами ЛПХ как между собой, так и с частными предпринимателями из Брянского, Московского, Ленинградского и других регионов России.

Сельскохозяйственный инвентарь поступает в хозяйства владельцев ЛПХ при реорганизации сельскохозяйственных предприятий в виде имущественных паев, средства малой механизации реализуются как государственной торговлей, так и различными частными фирмами и потребкооперацией.

Транспортировка продукции птицеводства на рынок осуществляется в основном транспортом сельскохозяйственных предприятий. Медикаменты для лечения птицы приобретаются в зооветснабах и сети аптечных киосков.

Таким образом, в формировании ресурсов ЛПХ участвуют многие организации и предприятия, непосредственно связанные с АПК. В этой связи необходимо отметить, что одним из важных условий выявления резервов развития ЛПХ, занимающихся производством продукции птицеводства, является проведение индивидуального обследования сельских подворий с целью определения их производственного потенциала, потребностей в ресурсах по производству продукции птицеводства.

Одним из важнейших условий производства продукции птицеводства является численность птицы в хозяйствах населения.

На основе официальных статистических данных нами установлено, что поголовье птицы в хозяйствах населения за последние 50 лет претерпело существенные изменения. Так, если в 1951 году оно составляло 86% от общей численности птицы в Брянской области, то к 1999 году оно сократилось до 49%. За это период времени получили развитие птицеводческие хозяйства общественного сектора, но по мере реформирования сельскохозяйственного производства появились обанкротившиеся птицеводческие предприятия. Это в свою очередь привело к росту поголовья птицы в хозяйствах населения (к 2001 году оно достигло 69% от общего поголовья птицы в области) (рис. 15).

На численность птицы в ЛПХ влияет группа факторов, выявленных нами в ходе проведения выборочного анкетирования владельцев ЛПХ, содержащих птицу в 2005-2007 гг., в 25 районах Брянской области [239]. Случайный характер выборки позволяет предположить достоверность полученных результатов исследова-

ния. В ходе исследования была применена специально разработанная нами для этих целей анкета владельца ЛПХ, содержащего птицу (прил. 18). На основании ответов на поставленные в анкете вопросы мы ставили своей целью выяснить влияние социально-экономических и экологических факторов, влияющих на развитие ЛПХ, получить представление о современном состоянии птицеводства в ЛПХ населения Брянской области и перспективах его развития. Ставилась цель выявить приоритетные направления как производства тех или иных видов продукции птицеводства, так и наиболее эффективных каналов сбыта данной продукции, а также выявить типы хозяйств, которые в перспективе могут стать высоко-товарными птицеводческими хозяйствами населения.

Наши исследования позволили выявить распределение ЛПХ по количеству птицы, находящейся в собственности их владельцев (в % от числа обследованных хозяйств). Всего было выявлено по этому признаку 7 типов ЛПХ. Исследование показало, что на 5% сократилась доля хозяйств, содержащих до 10 голов кур, также сокращение произошло и в остальных группах, кроме 2. Таким образом, наибольшее количество составляют хозяйства, содержащие от 11 до 20 голов кур. За анализируемый период количество этих хозяйств возросло на 16 %. В целом же на 7% увеличилось количество хозяйств, содержащих кур. Основная причина - увеличение доли натуральных выплат в виде зерна на **сельскохозяйственных предприятиях, доступность приобретения молодняка кур.**

Увеличилось количество хозяйств, не содержащих гусей (на 20%). Одной из причин является сложность с приобретением молодняка гусей (в области нет ни одного сельскохозяйственного предприятия или фермерского хозяйства, производящего молодняк гусей), в небольших количествах его завозят из Белоруссии, Ленинградской и Курской областей и цены в связи с этим на него держатся высокие, он становится недоступным для основной массы сельских жителей (табл. 29).

29. Распределение ЛПХ по количеству птицы, находящейся в собственности их владельцев (в % от числа обследованных хозяйств)

Количество птицы, гол.	Куры			Гуси			Утки			Индейки		
	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007
До 10	26	22	21	15	10	8	3	16	16	-	3	-
11-20	29	36	45	10	8	8	3	3	5	-	-	-
21-30	11	11	7	6	3	1	1	1	-	-	-	2
31-40	5	4	4	3	1	-	-	-	-	-	-	-
41-50	2	1	5	2	-	-	-	-	-	-	-	-

Свыше 50	2	2	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-
Не содержат данный вид птицы	25	24	18	63	78	83	93	80	79	-	96	98

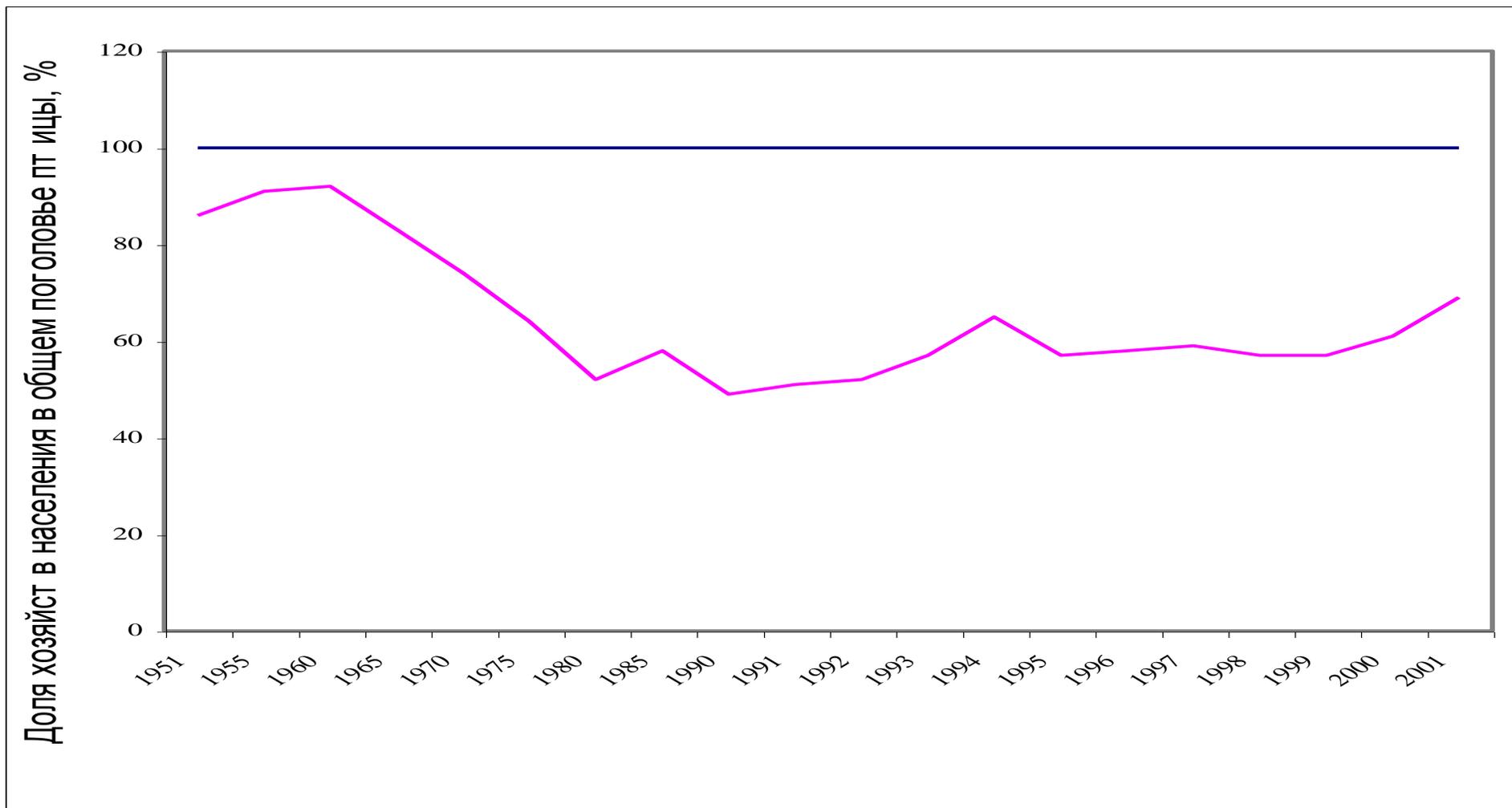


Рис. 15. Поголовье птицы в хозяйствах населения, % от общего поголовья

Количество хозяйств, содержащих индеек увеличилось на 2%, но выделились хозяйства, где поголовье индеек составляет от 21 до 30 голов.

Таким образом, можно констатировать, что в области созданы лучшие условия для приобретения молодняка кур и уток и отсутствуют условия для приобретения молодняка гусей, уток и индеек.

Интервьюирование владельцев ЛПХ показало, что население готово увеличить поголовье птицы на своих подворьях при условии снабжения его молодняком и кормами по льготным ценам. Оно готово также реализовывать продукцию птицеводства в обмен на корма и молодняк птицы.

В ходе исследования было установлено, что существенным фактором, влияющим на размеры ЛПХ в целом и количество птицы, содержащейся в них, являются размер приусадебного участка, находящегося в собственности владельцев ЛПХ, содержащих птицу.

Наши исследования показали, что наблюдается прямая зависимость между размером приусадебного участка и количеством птицы, принадлежащей владельцам этих участков. По мере возрастания площади земельных угодий увеличиваются и площади, выделяемые владельцами ЛПХ для производства кормовых культур, что создает более благоприятные условия для развития птицеводства. По мере увеличения земельных участков, увеличивается и количество птицы, содержащейся в ЛПХ владельцев участков (табл. 30).

30. Зависимость величины поголовья птицы от размера приусадебного участка

Показатели	Группы семей по размеру приусадебного участка, га					В среднем по совокупности
	До 0,25	0,26-0,50	0,51-0,75	0,76-1,00	Более 1,00	
Число семей в группе	40	43	22	15	26	146
Поголовье птицы, усл. гол.	21	28	35	45	48	33

Возделывать кормовые культуры, производить размол зерна, приготовление кормов к скармливанию, осуществлять сбыт продукции значительно проще и быстрее при наличии в ЛПХ, содержащих птицу, средств механизации.

Опыт стран с развитой рыночной экономикой (США, Японии, Голландии и др.) свидетельствует о существовании зависимости эффективности ведения мелких хозяйств от их технической оснащенности.

Высокий уровень механизации трудоемких процессов - гарант эффективного ведения ЛПХ, занимающихся производством продукции птицеводства. В противном случае ЛПХ станут носить полунатуральный характер и не смогут поставлять на наш продовольственный рынок качественную, экологически чистую и разнообразную продукцию птицеводства.

Между тем, производство средств малой механизации для ЛПХ имеет тенденцию к сокращению. Так, за период только с 2000 по 2008 гг. производство в России мини-тракторов сократилось в 13 раз, мотоблоков и мотокультиваторов на 35 %, сенокосилок и мотокосилок в 49 раз, ручных насосов для колодцев в 36 раз, электрических - в 34 раза. Производимые же средства малой механизации имеют высокую цену, поэтому владельцы ЛПХ не в состоянии их приобрести.

Наши исследования позволили сделать вывод об обеспеченности средствами механизации владельцев ЛПХ, содержащих птицу. Только 7 семей из 100 имеют грузовой автомобиль, 8 трактор, 19 имеют лошадь. Большая часть обследованных семей имеет ручные тележки, на которых возит зеленые и иные корма для птицы. Только 1 семья располагает кормозапарником, 4 оснащены крупорушками, корморезками. Все семьи имеют лопаты, грабли, вилы и косы и основные работы по заготовке и приготовлению кормов производят практически без использования средств механизации, но в перспективе населения хотело бы при создании им определенных условий, увеличить уровень механизации своих хозяйств (табл. 31).

Практика показала, что удовлетворение спроса на средства механизации для ЛПХ населения дают возможность существенно расширить производство того или иного вида сельскохозяйственной продукции.

Приняв специальную программу «Птицеводство» на уровне Брянской области необходимо предусмотреть в них создание специализированных МТС, оснащенных малогабаритной и специальной техникой для хозяйств, содержащих птицу (кормозапарниками, крупорушками, приспособлениями для прижизненной ощипки гусей, мини-техникой для заготовки кормов).

Представляется целесообразным в рамках данной программы предусмотреть создание пунктов по прокату малогабаритной сельскохозяйственной техники.

Наши исследования показали, что существенное влияние на количество птицы, содержащейся в ЛПХ, наряду с другими факторами оказывают условия проживания владельцев ЛПХ, содержащих птицу и расстояние от их места жительства до областного и районных центров.

31. Обеспеченность ЛПХ, содержащих птицу, средствами механизации и ручными инвентарём (шт. на 100 обследованных хозяйств)

Средства механизации и ручной инвентарь	На момент обследования	
	имели	хотели бы иметь
Грузовой автомобиль	7	38
Легковой автомобиль	16	21
Прицеп к легковому автомобилю	5	21
Мотоцикл с коляской	21	40
Трактор	8	17
Сельскохозяйственные орудия	24	27
Лошадь	19	31
Телега конная	19	31
Сани конные	19	31
Тележка ручная	60	10
Корморезка	9	35
Кормозапарник	1	30
Крупорушка	4	20
Мини-мельница	12	35
Лопата	100	-
Грабли	100	-
Вилы	100	-
Коса	100	-

Количество птицы в ЛПХ в зависимости от их удалённости от районных центров самое большое в группе хозяйств, находящихся более 26 км от районных центров. Это, как правило, отдалённые деревни, располагающие хорошими выпасами и достаточным количеством земельных угодий для производства кормов. По мере удалённости от райцентров возрастает и количество сельского населения занятого в сельскохозяйственном производстве, а значит имеющего доступ к зерновым кормам и пользующиеся услугами сельскохозяйственных предприятий по заготовке кормов. На осно-

вании показателей таблицы 32 можно сделать вывод о том, что по мере удалённости от райцентров возрастает количество птицы в хозяйствах населения.

32. Количество птицы в ЛПХ в зависимости от их удалённости от районных центров

Показатели	Проживают в районном центре	Проживают от райцентра на расстоянии, км			
		до 5	6-15	16-25	более 26
Число семей в группе	5	18	43	21	14
Поголовье птицы, гол. на 100 ЛПХ	154	156	165	177	316

Развитие птицеводства также способствует тип жилья и наличие надворных построек. Так, поголовье птицы выше у тех владельцев ЛПХ, которые живут в частном доме и имеют птичник, помещение для хранения кормов и погреб по сравнению с владельцами ЛПХ, проживающими в квартире многоэтажного жилого дома.

Нами была также установлена зависимость поголовья птицы в ЛПХ, имеющих и не имеющих коммунальные удобства (табл. 33).

33. Зависимость численности птицы от наличия коммунальных удобств в доме (квартире) владельцев ЛПХ, содержащих птицу

Показатели	Имеют			Не имеют		
	водопровод	газ	водопровод и газ	водопровод	газ	водопровод и газ
Число семей в группе	84	101	97	62	45	28
Количество птицы на 100 ЛПХ	2350	2100	2700	2240	2050	1273

Наблюдается прямая зависимость поголовья птицы от наличия коммунальных удобств. Наличие водопровода позволяет существенно сократить время и физическую энергию на доставку воды, а наличие газа позволяет сократить время на приготовление кормов для птицы.

Важнейшее условие, влияющее на размер поголовья птицы в ЛПХ – возраст главы семьи. В зависимости от него рассмотрим ко-

личество птицы в ЛПХ (табл. 34). Наибольшее количество семей представлено группой, где главе семьи 40-49 лет. В неё вошли владельцы ЛПХ трудоспособного возраста, имеющие определённый опыт разведения птицы в ЛПХ. В этих семьях, как правило, взрослые дети – студенты учебных заведений, которые могут оказывать родителям помощь в заготовке кормов для птицы эпизодически во время каникул.

Наибольшее количество птицы содержится в хозяйствах, где возраст главы семьи – 30-39 лет. В них заняты регулярно, помогающие родителям дети-подростки. Молодой возраст хозяина, постоянная помощь детей и престарелых родителей позволяет иметь достаточно крупные размеры ЛПХ. В основном их хозяйства товарного типа. Наиболее малочисленная группа представлена семьями, в которых возраст главы семьи менее 29 лет. Это закономерно, так как количество молодых семей в сельской местности гораздо меньше, чем семей, где их владельцы более зрелого возраста. В этой группе самые малые размеры поголовья птицы, так как в этих семьях, как правило, дети младшего школьного и дошкольного возраста, требующие к себе много внимания и не могущие ещё помогать родителям в ведении ЛПХ.

34. Размер поголовья птицы в зависимости от возраста главы семьи и размера приусадебного участка

Показатели	Возраст главы семьи, лет:					Глава семьи отсутствует
	до 29	30-39	40-49	50-59	60 и более	
Количество семей в группе	10	12	58	21	31	14
Средний размер приусадебного участка, га	0,29	1,15	0,68	0,50	0,63	0,43
Поголовье птицы в расчёте на 100 хозяйств	1250	3110	2043	2090	2010	1300

Для определения степени связи между возрастом главы семьи и размером поголовья скота и птицы в условных головах был использован метод корреляционно-регрессионного анализа [220].

Полученное в ходе анализа уравнение регрессии имеет вид:

$$Y_x = 2,1603 + 0,0215x_1 + 0,00077x_2 , \quad (3)$$

где Y_x – поголовье скота и птицы в условных головах;

x_1 – площадь приусадебного участка, га;

x_2 – возраст главы семьи, лет.

Данное уравнение можно использовать для прогнозирования поголовья птицы, находящейся в собственности владельцев ЛПХ в зависимости от их возраста и размера приусадебного участка.

Рассчитанный коэффициент регрессии показал, что увеличение возраста главы семьи на 1 год ведёт к снижению численности поголовья птицы на 0,008 усл. гол. Множественный коэффициент корреляции, равный 0,56, свидетельствует о средней степени связи между факторными и результативными признаками. Множественный коэффициент детерминации составил 0,31. Это означает, что в 31 из 100 случаев при изменении площади участка и возраста главы семьи изменяется и численность птицы. Коэффициент эластичности показывает, что при увеличении площади участка на 1% поголовье птицы увеличится на 0,16%, а при увеличении возраста главы семьи на 1% снизится на 0,11%.

Представляет интерес и зависимость размера поголовья птицы от уровня образования их владельцев. Исследования, проведенные Т.Д. Хроменковой в ЛПХ Могилёвской области, показали, что чем выше образовательный ценз семьи, тем меньше скота и птицы находится в её собственности. Нами были проведены аналогичные исследования в Брянской области, результаты которых приведены в таблице 35.

35. Зависимость поголовья птицы от уровня образования главы семьи, владеющей ЛПХ

Показатели	Образование главы семьи			
	начальное	среднее	среднее специальное	высшее
Число семей в группе	8	31	59	38
Поголовье птицы на 100 хозяйств, гол.	1625	1750	2047	1752

Самая малочисленная группа представлена владельцами ЛПХ с начальным образованием и средним возрастом главы семьи 66 лет. Здесь наиболее низкое поголовье птицы. Старость, ухудшение здоровья не позволяет этой категории сельских жителей увеличить поголовье птицы в ЛПХ.

Наибольшее количество птицы содержится в хозяйствах владельцев ЛПХ со средним специальным образованием. В неё вошли бригадиры, специалисты сельского хозяйства среднего ранга, имеющие доступ к зерновым кормам.

У сельской интеллигенции поголовье птицы несколько ниже, чем у владельцев ЛПХ со средним и начальным образованием. Уровень доходов у людей с высшим образованием за истекшие 5 лет значительно снизился. Это способствует увеличению численности птицы в их хозяйствах для обеспечения продовольствием своей семьи.

Таким образом, на базе проведенного анализа, можно сделать вывод о том, что результаты исследований Т.Д. Хроменковой не подтвердились. Связь между уровнем образования и размерами ЛПХ на основании исследований, не обнаружена [289].

Однако выяснилась зависимость размеров ЛПХ от наличия свободного времени у их владельцев и среднего размера семьи. Она определяется степенью занятости в различных отраслях экономики и средними размерами семьи (табл. 36).

36. Зависимость численности поголовья птицы от занятости владельцев ЛПХ в отраслях экономики и среднего размера семьи

Показатели	Оба супруга заняты в отраслях экономики			Один из супругов занят в отраслях экономики, второй не работает				Оба супруга безработные или пенсионеры		
	Средний размер семьи, чел.									
Число семей в группе	28	42	25	2	15	18	8	-	1	-
Приходится птицы на 100 хозяйств населения, гол.	1600	2295	2252	753	2550	1556	1388	-	3500	-

В семьях, состоящих из двух человек, где оба супруга заняты на производстве значительно меньше свободного времени для ведения ЛПХ в целом и отрасли птицеводства, в частности, чем в семьях, где работает только один из супругов. Поэтому поголовье птицы достаточно высоко именно в таких семьях

Самое высокое поголовье птицы в тех семьях, где оба супруга либо безработные, либо пенсионеры. В основном они содержат водоплавающую птицу, требующую меньшее количество зерновых кормов по сравнению с другими видами птицы. Это, как правило, товар-

ные ЛПХ. Реализуют мясо птицы – нетоварные ЛПХ. Самое незначительное поголовье птицы в семьях, состоящих из одного человека, занятого в отраслях экономики. Это, как правило, нетоварные ЛПХ.

В целом же чёткой зависимости поголовья птицы от состава семьи и занятости в отраслях экономики владельцев ЛПХ не прослеживается. Между тем чётко прослеживается зависимость поголовья птицы от места работы владельцев ЛПХ (табл. 37).

37. Зависимость размера поголовья птицы от места работы владельцев ЛПХ

Показатели	Оба супруга работают на сельскохозяйственном предприятии	Один из супругов работает на сельскохозяйственном предприятии	Оба супруга не работают на сельскохозяйственном предприятии
Число семей в группе	20	80	96
Поголовье птицы на 100 хозяйств, гол.	2475	1910	1758

Проведенные исследования показали, что максимальное поголовье птицы наблюдается там, где в сельскохозяйственном производстве заняты оба супруга. В этих семьях получают зерновые корма в счёт натуральной оплаты труда, пользуются техникой, ветеринарными и прочими услугами сельскохозяйственного предприятия. Значительно меньшее поголовье птицы у тех супругов, где только один из них занят в сельскохозяйственном производстве, или где оба супруга не заняты в сельскохозяйственном производстве. Последние практически полностью лишены помощи со стороны сельскохозяйственных предприятий, что и отражается на поголовье птицы в их хозяйстве. Существенное влияние на размер поголовья птицы оказывает наличие у их владельцев сельскохозяйственных специальностей (табл. 38).

38. Зависимость размера поголовья птицы от наличия у владельцев ЛПХ сельскохозяйственных специальностей

Показатели	Оба супруга владеют сельскохозяйственной специальностью	Один из супругов владеет сельскохозяйственной специальностью	Оба супруга не владеют сельскохозяйственной специальностью
Число семей в группе	19	40	87

В семьях, где оба супруга имеют сельскохозяйственные специальности, поголовье птицы значительно выше, чем в остальных ЛПХ. Это объясняется наличием у супругов необходимых для ведения животноводства знаний и навыков. В случайную выборку попали хозяйства, где оба супруга не владеют сельскохозяйственными специальностями. В эту группу попала сельская интеллигенция, продавцы, медсёстры, работники культурных учреждений и связи. Поголовье птицы в их хозяйствах самое низкое по сравнению с другими группами. Но эта группа сельских жителей самая многочисленная.

Таким образом, владение сельскохозяйственными специальностями влияет на размеры поголовья птицы самым непосредственным образом.

На величину поголовья птицы влияет и место проживания их владельцев до начала самостоятельного ведения хозяйства (табл. 39).

В семьях, где муж и жена коренные сельские жители, размеры поголовья птицы существенно выше, чем там, где коренным сельским жителем является один из супругов, или оба супруга бывшие горожане. Это объясняется наличием навыков, которые приобрели коренные сельские жители в хозяйствах родителей, или более старшего поколения. Следовательно, для расширения размеров поголовья птицы наиболее перспективны те хозяйства, где оба супруга коренные жители села. В перспективе при создании определённых условий, способствующих увеличению поголовья птицы в их хозяйствах, они могли бы стать высокотоварными хозяйствами.

39. Зависимость величины поголовья птицы от места проживания владельца ЛПХ до начала самостоятельного ведения хозяйства

Показатели	Оба супруга коренные сельские жители	Один из супругов коренной сельский житель	Оба супруга бывшие горожане
Число семей в группе	90	36	20
Поголовье птицы на 100 ЛПХ, гол.	2073	1685	1525

Итак, численность птицы в хозяйствах населения зависит от ряда факторов. При этом наибольшая численность птицы наблюдается в тех хозяйствах населения, в которых возраст главы семьи 30-39 лет, имеющих среднее специальное образование, там, где оба супруга являются коренными сельскими жителями и где оба супруга владеют сельскохозяйственными специальностями. Такие семьи могут в перспективе содержать высокое по численности поголовье птицы и их хозяйства могут стать высокотоварными, поэтому этот фактор необходимо учитывать при выдаче льготных кредитов, необходимых для расширения размеров ЛПХ, специализирующихся на производстве продукции птицеводства, а также при оказании безвозмездной помощи владельцам ЛПХ из областного бюджета, направленной на восстановление данной отрасли животноводства в Брянской области.

Из всех владельцев обследованных ЛПХ 77% владельцев содержали кур, 18% содержали гусей, 21% уток и 4% индеек. Но при условии приобретения молодняка и кормов по доступным ценам население готово увеличить поголовье кур на 6%, гусей на 15%, уток на 10%, индеек на 9%.

На валовое производство продукции птицеводства наряду с поголовьем птицы влияет и её продуктивность. Наши исследования показали, что средняя яйценоскость кур составляет 161 яйцо в год, гусей – 21 яйцо, уток – 24 яйца, индюков – 20 яиц. Средний убойный вес курицы – 1,7 кг, гусей – 3,9 кг, уток – 2,1 кг, индюков – 11,8 кг. Продуктивность птицы зависит от породного состава. Молодняк птицы население приобретает по нескольким каналам: 24% опрошенных покупает его на рынке, 4% у частных лиц, 63% у односельчан (в основном меняют его по бартеру на другую сельскохозяйственную продукцию), 9% приобретают молодняк на птицефабриках и инкубаторно-птицеводческих станциях. Но приобретая молодняк сельские жители не знают его породный состав. Не знают они и породный состав и взрослой птицы, содержащейся в их хозяйствах. Из всего многообразия пород гусей, содержащихся в ЛПХ, были названы, например, только 2: Холмогорская и Тульская. Ни одной породы кур, уток и индеек названо не было. В этой связи возрастает роль консультационных служб ознакомления населения с лучшими породами птицы, а также роль птицефабрик по производству молодняка лучших пород и реализации его населению.

Доля хозяйств населения в общем объеме производства яиц и мяса птицы в Брянской области несколько уменьшилась к 2007 году по сравнению с 2003 (табл. 40), что естественно сказывается и на производстве птицепродуктов в хозяйствах населения (табл. 41).

40. Доля хозяйств населения в общем объёме производства яиц и мяса птицы в Брянской области, %

Виды продукции	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007г.	2007 г. (+,-) к 2003 г.
Яйцо	40	38	36	38	35	-5
Мясо птицы	44	34	38	40	40	-4

41. Производство яиц и мяса птицы в хозяйствах населения (включая фермерские хозяйства) на 1 сельского жителя

Виды продукции	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007г.	2007 г. (+,-) к 2003 г.
Яйцо, шт.	339	327	330	332	349	103
Мясо птицы, кг	14,9	15,2	15,2	13,2	15,6	105

Трудоёмкость производства продукции птицеводства в ЛПХ

Основными факторами, влияющими на затраты времени по уходу за птицей в ЛПХ, является возраст, вид занятости работников, сезон года, тип поселений и вид поголовья птицы. Так, по данным некоторых исследователей (Копач К.В. и др.), затраты в ЛПХ с обеспечением кормами и без них различаются в 2,4 раза, а в семьях, где имеются неработающие в общественном производстве, затраты труда на 62% ниже.

Во всех типах поселений время, затрачиваемое на уход за птицей, тесно связано с её видом и численностью, которая сокращается по мере урбанизации поселений. Соответственно сокращаются и затраты труда на содержание птицы. Во всех затратах времени, связанных с ведением ЛПХ, более половины приходится на животноводство. Наши исследования показали, что из общей суммы затрат труда, приходящихся на животноводство в ЛПХ населения 1-2 часа в день расходуется на уход за птицей. Это отметили 65% респондентов. Более 2-х часов затрачивают на уход за птицей 35% опрошенных. При этом, приняв затраты труда по уходу за пти-

цей за 100% в результате хронометражных наблюдений выявлено, что 20% затрат труда приходится на кормление, 35% на выгон на пастбище, 10% приходится на уборку сараев, 10% на поение птицы и 25% на приготовление кормов. Это при двукратном кормлении кур, уток, гусей и индеек. Из этих 25% на заготовку травы и её измельчение приходится в среднем 15% затрат труда. Оставшиеся 10% приходятся на приготовление мешанок. Материалы хронометражных наблюдений, проведенных в хозяйствах, принадлежащих владельцам ЛПХ среднего возраста, занятыми в общественном производстве и владельцам ЛПХ, находящимся на пенсии по старости, показали, что в хозяйствах пенсионеров основная часть затрат труда расходуется на обеспечение птицы кормами. Значительное количество зелёных кормов пенсионеры используют со своих приусадебных участков. Сорная растительность, оставшаяся после прополки посевов овощей и картофеля используется на корм птице. Но заготовка зелёных кормов подобным образом увеличивает затраты на их заготовку. Поэтому в хозяйствах пенсионеров на заготовку зелёных кормов приходится до 60% затрат труда по уходу за птицей. В основном это связано с низким уровнем физических возможностей пожилых владельцев ЛПХ, а также отсутствием техники для заготовки, транспортировки и приготовления кормов. Тогда как только доставка скошенной травы гужевым или иными видами транспорта могла бы сократить затраты труда до 20%.

Значительные отличия имеют распределение затрат труда в личных подсобных хозяйствах, содержащих разные виды и разное поголовье птицы. Опрос, проведенный нами среди владельцев ЛПХ показал, что как пенсионеры, так и работающие владельцы ЛПХ могли бы увеличить поголовье птицы на своих подворьях при следующих условиях: им будет оказана помощь со стороны сельскохозяйственных предприятий в заготовке и доставке кормов на подворье и выделении выпаса для птицы. Это может существенно сократить затраты труда владельцев ЛПХ на заготовку кормов. В таком случае ЛПХ могли бы производить дополнительную продукцию птицеводства, так как сэкономленное на заготовке и доставке кормов время могло бы быть направлено на обслуживание поголовья больших размеров, по сравнению с тем, которое обслуживали владельцы ЛПХ, лишённые поддержки со стороны сельскохозяйственных предприятий в заготовке кормов и их доставке на подворье.

Затраты труда при содержании кур составляют 201 чел.-ч на 100 яиц. Такой высокий уровень затрат труда связан в первую очередь с выполнением работ вручную. Если из всех работ в ЛПХ механизирована только 1/10 часть, то в животноводстве почти все ра-

боты выполняются вручную. Учитывая, что владельцам ЛПХ придется заниматься самими реализацией своей продукции, доля затрат на производство пополняется затратами на поездки в райцентры областные центры для сбыта своей продукции: яиц и мяса птицы. Кроме того, поездки в райцентры и областные центры связаны не только с необходимостью сбыта своей продукции, но и с необходимостью приобретения товаров первой необходимости и продовольственных товаров. Опрос, проведенный нами среди владельцев ЛПХ, показал, что они испытывают острую необходимость в сбыте своей продукции непосредственно в своих хозяйствах, а для этого считают необходимым возрождение потребительской кооперации. При этом 80% владельцев ЛПХ отметили, что они согласны реализовывать свою продукцию на 20-25% дешевле цены её продажи на продовольственном рынке в райцентрах области, лишь бы не тратить время на поездки в районный центр. Всех опрошенных владельцев ЛПХ устраивает и бартерный обмен продукции птицеводства на сахар, муку, крупы, масло растительное, мыло и стиральные порошки, соду, соль, дрожжи и т.д., а также на ведра, кастрюли, чугуны, вилы, косы и т.д. Устраивает их и встречная торговля комбикормом и зерном по ценам не выше средних закупочных цен на зерновую продукцию, сложившихся в области.

Основным условием снижения трудоёмкости продукции приусадебного птицеводства является механизация заготовки и доставки кормов и их приготовления, для которого необходимы корморезки, зернодробилки, кормозапарники. Полное обеспечение кормами, регулярная и бесплатная или по низким тарифам помощь со стороны общественного производства, оказываемая своим работникам на договорной основе, создадут предпосылки для эффективного производства продукции птицеводства в ЛПХ.

Таким образом, анализ затрат труда в ЛПХ, содержащих птицу, позволил сделать вывод о зависимости трудоёмкости не только от количества птицы, но и от трудообеспеченности ЛПХ, занятости членов семьи в общественном производстве и уровне механизации труда. Исследования К.В.Копач, проведенные в ЛПХ Нечернозёмной зоны Р.Ф. в начале 80-х годов позволяют сделать вывод о том, что корма, производимые в ЛПХ обеспечивают личный скот на 12-18%, из общественного хозяйства (самозаготовка) – на 40-50%, покупные (концентраты, хлеб) – в удалённых хозяйствах 30%.

Исследования, проведенные нами в 2001 г., позволяют сделать вывод о том, что в настоящее время увеличилась доля кормов, произведенных непосредственно в ЛПХ и приобретённых у частных лиц. Сократилась доля кормов, приобретаемых в сельско-

хозяйственных предприятиях и потребкооперации. Практически не используется на корм скоту хлеб (из-за его достаточно высокой по сравнению с зерном цены), за исключением пищевых хлебных отходов. Наши исследования показали, что в обследованных хозяйствах поголовье птицы в целом обеспечено кормами на 75-80%. (табл. 42). Основная причина необеспеченности кормами – отсутствие средств на их приобретение, недостаток земельных угодий для их производства, отсутствие средств механизации для заготовки кормов. Основным недостатком ощущается в кормах животного происхождения и концентратах. Остальные виды кормов заготавливаются, как правило, самими владельцами обследованных ЛПХ.

42. Расход кормов птице в хозяйствах населения Брянской области (включая фермерские хозяйства)

Виды кормов	Годы						2007 г. в % к 1986 г.
	1986- 1990	1991- 1995	2000	2005	2006	2007	
Всего кормов	1228	1302	1020	973	905	918	74,8
Зерно	1044	1195	963	939	870	866	83,0
Доля концентрированных кормов в общем объёме, %	85	92	94	97	96	94	+9

За анализируемый период расход кормов сократился на 25%, в том числе на концентрированные корма на 17%. Доля концентрированных кормов в общем объёме возросла на 9%. Это объясняется увеличением доли натуральной оплаты труда в виде зерна, получаемой работниками с.-х. предприятий, а также увеличением посевных площадей в хозяйствах части населения. Из общего числа опрошенных 10% полностью обеспечивают птицу зерновыми кормами собственного производства и зелёными кормами, 20% приобретают только корма животного происхождения, 20% корма растительного происхождения, 10% приобретают все необходимые птице корма. 70% приобретают зерновые корма. Из них 30%-у частных, 40%-в с.х. предприятиях. Производят в своём хозяйстве корнеплоды, тыкву и т.д. для птицы 90% опрошенных. В целом 10% опрошенных отмечают, что они испытывают затруднения с обеспечением зелёными кормами и 50% с кормами животного происхождения. Примерно 20% опрошенных считают, что их птица не полностью обеспечена всеми видами кормов.

Сбыт продукции птицеводства

По мере увеличения объёмов производимой продукции птицеводства, неизбежно появление товарных ЛПХ, специализирующихся на производстве и сбыте данной продукции. Выход владельца товарного ЛПХ на рынок продукции птицеводства связан с необходимостью обладания им предприимчивости, умения оценить будущих потребителей и предсказать возможное поведение конкурентов.

Необходимо учитывать тот факт, что на рынке продукции птицеводства существуют товары-заменители и товары аналоги, противостоящие предлагаемому товару.

Продавец должен обладать знаниями о том, как в ситуации монопольного предложения товара правильно выбрать стратегию ценообразования. В условиях конкуренции, как правило, используются две цели: завышенные – “цены снятия сливок” и заниженные – “цены прорыва”. При установлении той или иной цены необходимо учитывать такие факторы, как платёжеспособный спрос потребителей и ответные меры конкурентов, регулирующих аналогичные виды продукции птицеводства.

Сбытовая деятельность должна строиться с учётом либо собственной организации сбыта, либо использования посредников или с помощью кооперативных формирований по сбыту продукции птицеводства. Создание собственной торговой сети связано с затратами на хранение, транспортировку, погрузочно-разгрузочные работы, рекламу своей продукции и др. расходами, ложащимися на одного производителя, и это не учитывая дополнительных затрат времени.

Процесс сбыта можно было бы существенно облегчить, сбывая свою продукцию через посредников: потребкооперацию, региональную продовольственную корпорацию или частных предпринимателей. В этом случае владельцы ЛПХ, реализующие свою продукцию, существенно сократили бы затраты времени на продвижение товара от продавца к покупателю, но довольствовались бы ценами, предложенными перекупщиками, что не всегда устраивало бы производителей. Иное дело, когда организован кооператив по сбыту продукции птицеводства, деятельность которого координируется и направляется, например, специалистами службы ИКС, которая в настоящее время только начинает создаваться в Брянской области. С помощью специалистов этой службы стало бы возможным профессионально организовать рекламу продукции приусадебного птицеводства, показывающую её несомненные преимущества перед аналогичной импортной продукцией и продукцией крупных производителей: производство на экологически чистых натуральных кормах, без использования химических компонентов кор-

ма, её свежесть, особый вкус мяса птицы, выращенной на пастбищах в отличие от птицы, произведенной на птицефабриках с использованием клеточного содержания и т.д. Исследования ряда авторов позволяют сделать вывод о том, что затраты по организации предпринимательской деятельности кооперативных товаропроизводителей окупаются в 2,5 раза быстрее, чем у индивидуальных предпринимателей. Наши исследования показали, что в обследованных районах в настоящее время продукцию птицеводства реализует каждое десятое обследованное хозяйство, содержащее птицу, то есть примерно 10% обследованных хозяйств. Остальные производят её для собственных нужд и для обеспечения ей родственников, живущих в городе и детей-студентов.

Единственным каналом реализации, обеспечивающим рентабельный сбыт и поступление денег является колхозный рынок. Но поездки туда связаны с существенными затратами времени и средств, которые часто не оправдываются либо из-за поборов криминальных элементов, либо из-за того, что продавцам предлагается продать перекупщикам всю продукцию оптом, особенно когда речь идёт о крупной партии гусей, уток и т.д. Однако предлагаемые оптовые цены существенно ниже розничных цен реализации и владельцу ЛПХ выгоднее было бы самому реализовывать свою продукцию, а не перепродавать её криминальным структурам, присутствующим на рынке. Около половины владельцев ЛПХ, реализующих свою продукцию на рынке, столкнулись с этими структурами. Фактически они регулируют и цены на рынке, не позволяя владельцам ЛПХ, реализующим самостоятельно свою продукцию, устанавливать на неё цену, ниже сложившейся на рынке у продавцов, контролируемых ими. Это создаёт определённые сложности со сбытом продукции, увеличивает время её реализации, не позволяет низкообеспеченным семьям населения приобретать её. Для того чтобы лучше внедриться на рынок продукции птицеводства, предприниматель, занимающийся производством продукции приусадебного птицеводства должен чётко определить цель своей деятельности, направленную на получение прибыли, а для этого он должен тщательно изучать и знать рынок. Кроме того, владелец ЛПХ должен чётко представлять, что его продукт должен соответствовать ресурсам, техническим возможностям, его опыту и организаторским способностям. В более выигрышном положении оказывается тот предприниматель, который имеет специализированное производство, то есть производит либо только продукцию гусеводства, либо утководства и т.д., либо занят производством крупных яиц. Специфика деятельности мелкого сельского товаропроизводителя связа-

на с потребностью объединения и использования собственного опыта по производству продукции птицеводства, накопленного с годами и переданного предками и профессиональных знаний. Этому могут способствовать: система маркетингового образования, система консалтингового обслуживания, начинающаяся создаваться в регионе, включающая специальные консультации по ведению приусадебного птицеводства, выпуск специализированной литературы по этой проблеме, организация занятий по обмену опытом непосредственно в показательных ЛПХ крупных размеров, специализирующихся на производстве и сбыте продукции птицеводства [79].

Наши исследования показали, что половина опрошенных продают мясо кур, 60%-яйца, 30% продают мясо гусей, 10%-мясо уток (табл. 43). Объёмы реализации яиц колеблются от 50 до 200 шт. в год. В среднем они реализуются по цене 25-30 руб. за 1 десяток. Мясо гусей продаётся в среднем по цене 100-150 руб. за 1 кг (в зависимости от места реализации). Мясо уток от 80 руб. до 100 руб. за 1 кг, кур от 60 до 60 руб. Средний вес тушки гусей достигает 3,5-4 кг, уток – 2-2,5 кг, кур – 1,5-2 кг.

В динамике за 2006-2007 гг. увеличилось количество ЛПХ, реализующих продукцию птицеводства односельчанам. Но этот канал реализации устраивает лишь 17% опрошенных в 2006 г. и ещё на 7% меньше в 2007 году. Это связано с тем, что цены на продукцию птицеводства в селе более низкие, чем при реализации этой продукции по другим каналам. Незначительное количество продукции реализуется вдоль автотрасс. В основном реализацию данного вида продукции осуществляют пенсионеры и подростки, так как население трудоспособного возраста занято на основном месте работы. Этот канал реализации не устраивает многих владельцев ЛПХ, так как возможны случаи грабежа на дорогах, когда товар изымается насильно и безвозмездно.

Основным каналом реализации для многих владельцев ЛПХ остаётся районный рынок. Особенно популярен оптовый канал реализации в тех районах, которые расположены на значительном расстоянии от областного центра. Несколько меньшее количество владельцев ЛПХ реализует свою продукцию на областном рынке, где, как правило, цены на мясо птицы и яйца по сравнению с другими каналами реализации самые высокие. Так, например, тушка гуся весом 3,5 кг на районном рынке города Унечи стоила 540-570 руб., а в городе Брянске на областном рынке 780-900 руб. Но поездки на областной рынок связаны с существенными затратами свободного времени и средств на доставку товара, поэтому владельцев ЛПХ в перспективе более всего устраивала бы реализация продукции

птицеводства частным предпринимателям, так как цены на продукцию птицеводства у них практически такие же, как и на районных рынках, но они организуют встречную торговлю мукой, крупами, макаронами, сахаром, дрожжами, подсолнечным маслом и т.д.

43. Каналы реализации продукции птицеводства, производимой в ЛПХ (в % от числа опрошенных владельцев ЛПХ, реализующих свою продукцию)

Каналы реализации продукции птицеводства	Реализуют фактически		Хотели бы реализовывать в перспективе	
	2006 г.	2007 г.	2006 г.	2007 г.
Односельчане	21	25	17	10
На автотрассе	2	2	2	2
Районный рынок	28	23	14	11
Областной рынок	23	13	19	11
Частные предприниматели	15	24	28	41
Пухо-перовая фабрика	11	13	20	25

Это устраивает сельских жителей, особенно отдалённых деревень, которым необходимая им продукция, заказанная заранее, доставляется на дом предпринимателем, с которым у них установлены устойчивые связи.

В последние 3-4 года активизировались закупки пухо-перовой продукции, в том числе из бывших в употреблении перин и подушек на дому. Эти закупки производит Нарышкинская пухо-перовая фабрика из Орловской области. В условиях хронических задержек выплат заработной платы этот канал реализации позволяет сельским жителям получать определённые денежные поступления.

Таким образом, в настоящее время наиболее приоритетными каналами реализации продукции птицеводства являются: реализация односельчанам, частным предпринимателям и на районном рынке. В перспективе ими могут стать реализация продукции частным предпринимателям и Нарышкинской пухо-перовой фабрике. В процессе опроса сельские жители высказали пожелание возродить деятельность потребкооперации. Это был надёжный канал реализации продукции животноводства. Кроме того, потребкооперация осуществляла встречную торговлю зерном и комбикормами.

Наши исследования позволяют осуществить прогноз развития птицеводства в ЛПХ населения на перспективу. Результаты анкетирования, проведенного нами в 2007 г. среди владельцев ЛПХ Брянской области показали, что из 179 обследованных хозяйств,

попавших в случайную выборку, в 77% хозяйств содержат кур, в 18 – гусей, в 21 – уток, в 6 – индеек.

В среднем на одно хозяйство приходится 15 кур, 12 гусей, 8 уток, 6 индеек. При этом выяснилось, что 6% от общего числа владельцев ЛПХ готовы увеличить поголовье кур и довести его до 20 гол., 15% хотели бы увеличить поголовье гусей до 30 гол., 11% увеличили бы поголовье уток до 13 гол., 9% хотели бы в перспективе содержать по 10 гол. индеек. Количество владельцев ЛПХ, которые хотели бы сократить поголовье и хозяйств ранее не содержащих птицу оказалось примерно одинаковым. В 2006 г. в Брянской области насчитывалось 176658 ЛПХ. По нашим прогнозам 136026 хозяйств содержат кур, 31798 – гусей, 37098 – уток, 11900 – индеек. Всего же поголовье птицы в этот период составляло в области в хозяйствах населения 2790 тыс.гол. Всего же поголовье птицы в этот период в Брянской в хозяйствах населения составляло 2790 тыс.гол. Таким образом, можно предположить, что в перспективе при создании условий для приобретения молодняка птицы по приемлемым ценам даже без другой поддержки со стороны государства население Брянской области до следующих размеров. Поголовье могло достичь: кур – 2081 тыс. гол., гусей – 468, уток – 317, индеек – 46 тыс. гол. Всего же поголовье птицы в области в хозяйствах населения может увеличиться почти на 5% и достичь 2922 тыс. гол.

Нами также были изучены пожелания владельцев ЛПХ относительно приобретения молодняка птицы. Учитывая то, что многие виды птицы утратили инстинкт насиживания наиболее приемлемым вариантом для населения является приобретение на ИПС и птицефабриках области молодняка птицы и инкубирование яиц, полученных от птицы, полученных в хозяйстве населения на ИПС. Произведём расчёт количества мяса птицы, которое может быть получено в перспективе в хозяйствах населения.

В результате опроса владельцев ЛПХ было установлено, что из общего количества кур в среднем за год забивается до 30%, гусей – 60, уток – 60, индеек – 60%. Таким образом может быть забито: 6243 тыс. гол. кур, 281 тыс. гол. гусей, 190 тыс. гол. уток, 28 тыс. гол. индеек. Из анкет мы получили информацию о среднем весе птицы при забое: кур – 1,7 кг, гусей – 3,9, уток – 2,1, индеек – 11,3 кг (в убойной массе). Таким образом, в перспективе можно будет получить 22,3 тыс. т мяса ежегодно. Наши исследования показали, что в сельской местности за 1999-2001 гг. в среднем потреблялось 9,1 кг мяса птицы. Родственникам владельцев ЛПХ, содержащих птицу, безвозмездно передавалось 10% мяса птицы. Средний состав сельской семьи составлял 2,4 человека. Количество ЛПХ, со-

державших птицу, в среднем составляло 78% от их численности на 1.01.2007. Таким образом, 137793 ЛПХ содержали птицу. Количество членов семьи в них составит 330703 чел. Рассчитаем количество мяса птицы, потребляемых в ЛПХ, содержащих птицу: $9,1 \text{ кг} * 330703 \text{ чел.} = 3 \text{ тыс.т.}$ Безвозмездная передача родственникам составит: $22,3 \text{ тыс. т} * 0,1 = 2,23 \text{ тыс.т.}$ Тогда товарная часть мяса птицы, произведенного в ЛПХ составит: $22,3 \text{ тыс. т} - (3 \text{ тыс.т} + 2,23 \text{ тыс. т}) = 17,1 \text{ тыс. т.}$ В таком случае товарная часть мяса птицы составит 77%. Поскольку в расчётах было взято фактическое потребление мяса птицы, которое ниже рациональных норм, мы рассчитали верхние границы товарности мяса птицы. Если же произвести расчёты, исходя из потребления мяса птицы по рациональным нормам (1,25 кг на 1 чел. в месяц или 15 кг в год), мы можем рассчитать нижние границы товарности мяса птицы. Приведём расчёт: $15 \text{ кг} * 330703 \text{ чел.} = 4,9 \text{ тыс. т}$ Безвозмездная передача родственникам составит 10% от производства мяса птицы или 2,23 тыс. т. Товарная часть мяса птицы в таком случае составит: $22,3 \text{ тыс. т} - (4,9 \text{ тыс. т} + 2,23 \text{ тыс. т}) = 15,2 \text{ тыс. т.}$ Товарность составит 68%.

Произведём расчёт возможного потребления яиц и их теоретической товарности в ЛПХ. В расчётах примем, что 77% владельцев ЛПХ содержат кур. Это 136026 семей. При среднем составе семьи 2,4 чел. это составит 326462 чел. поголовье кур и петухов в ЛПХ составит 2081 тыс. гол. Средняя яйценоскость кур в ЛПХ составит 20081 тыс. гол. Средняя яйценоскость кур в ЛПХ (на основании анкетных данных и опросов владельцев ЛПХ) – 161 яйцо в год на курицу-несушку. В среднем на 10 кур в ЛПХ приходится 1 петух. Отсюда следует, что количество петухов составит 190 тыс.гол., а кур – 1892 тыс. гол. От этого количества кур можно получить: $161 \text{ шт.} * 1892 \text{ тыс. гол} = 305 \text{ млн. гол.}$ Фактическое потребление яиц сельскими жителями за последние 3 года в среднем составляла 172 шт. на чел. в год. Результаты проведенного анкетирования позволили установить что 7% произведенных яиц безвозмездно передаются родственникам владельцев ЛПХ, содержащих кур. Произведём расчёт товарности яиц и возможных объёмов реализации: $305 - (172 * 326462) = 248,8.$

$$305 - (305 * 0,07) = 283,6$$

$305 - (56,2 + 21,4) = 227,4 \text{ млн. шт. яиц.}$ Такое количество яиц может быть реализовано. Товарность яиц в этом случае составит 75%. Это верхние границы товарности.

В соответствии с рациональными нормами потребления человек должен потреблять в год 292 шт. яиц. Рассчитаем объёмы реа-

лизации яиц при потреблении их по рациональным нормам владельцами ЛПХ, содержащими кур и членами их семей:

$305 \text{ млн.шт.} - (292 \text{ шт.} * 326462 \text{ чел.}) = 209,7$

Безвозмездно будет передано родственникам: $305 - (305 * 0,07) = 283,6$.

Тогда количество яиц, которые можно будет реализовать, составит: $305 - (95,3 + 21,4) = 188,3$ млн. шт. Товарность яиц в таком случае составит 62%. Это нижние границы товарности яиц.

Таким образом, мы можем сделать однозначный вывод о том, что в перспективе за счёт хозяйств населения лишь только при одном условии – снабжении его молодняком птицы по доступным ценам в необходимом количестве можно получить для реализации на областном рынке продукции птицеводства от 15,2 до 17,1 тыс. т мяса птицы и 188,3 – 227,4 млн. шт. яиц. При хорошо налаженной системе сбыта такого количества продукции птицеводства будет достаточно для обеспечения яйцами от 97 до 100% населения области, не содержащего кур и всё население области не содержащего птицу и не получающего безвозмездную помощь в виде мяса птицы от родственников, не содержащих её.

Увеличение объёмов производства и реализации продукции птицеводства в хозяйствах населения позволяет решить следующие задачи:

повысить доходы сельского населения и уровень их жизни;

обеспечить занятость не только сельского, но и не занятого населения рабочих посёлков и районных центров, рационально использовать труд пенсионеров и подростков;

повысить заинтересованность в развитии коллективных хозяйств, как основы для развития личных подворий, обеспечения их кормами и молодняком птицы;

разумно регулировать экономическими методами продовольственный рынок как области в целом, так и отдельных её районов.

2.3.3. Организация фирменной торговли как фактора повышения эффективности птицеводства

Практика функционирования птицеводческих предприятий свидетельствует о том, что наличие собственных перерабатывающих предприятий и фирменной торговле являются факторами повышения эффективности сбыта продукции птицеводства.

Птицеводство Брянской области, несмотря на сокращение за последние годы производства яиц и мяса птицы, занимает важное место в снабжении населения этими продуктами питания животного

происхождения. Работа птицефабрик в новых экономических условиях обязывает их улучшать качественные показатели своей продукции с учётом потребительского спроса. Фактором качественного улучшения производства продукции птицеводства и повышения экономических показателей деятельности птицефабрик является внедрение её глубокой переработки и в первую очередь мяса птицы. Схема комплексной переработки мяса птицы представлена на рисунке 16. Именно переработка продукции птицеводства является одним из важнейших факторов маркетинговой деятельности предприятий и занимает особое место в их экономике. В этом плане птицеводческие предприятия работают значительно более эффективно, нежели другие отрасли животноводства. Основная часть продукции реализуется в переработанном виде, что резко увеличивает долю расходов на переработку в розничных ценах на неё. В конечной стоимости мяса птицы они занимают 65-75%, а яиц – 85-90%. Наиболее выгодно перерабатывать до реализации всю продукцию и, прежде всего, повсеместно внедрять глубокую переработку птицы с использованием малоотходных и безотходных технологий. Исследованием установлено, что удельный вес нестандартного мяса в общем объёме возрос до 20%, а убытки от производства каждой тонны составляют около 3 млн. руб. Переработка птицы повышает рентабельность работы хозяйств.

В мировой практике, начиная с 60-х годов, большинство экономически развитых стран перешли на полное потрошение тушек птицы. В последующем на рынок стали поступать разделанные на части тушки и продукты глубокой переработки. К началу 90-х годов прошлого века в США, Франции, Японии, Нидерландах производство таких продуктов достигло 70-80% от общего выпуска мяса птицы, увеличилась реализация парного мяса за счёт уменьшения доли мороженого, а также выпуск продуктов, готовых к употреблению и поступающих в продажу в упакованном виде. В развитых странах внедрена в производство безотходная технология переработки бройлеров. Отходы убоя и потрошения в виде крови, перьев, ног, голов, кишок и других малоценных продуктов, составляющих около 25% живой массы бройлеров, перерабатывается в мясо-костную муку, а из съедобных частей туши готовят полуфабрикаты и кулинарные изделия.

В последние годы в стране наметился процесс внедрения на птицефабриках прогрессивной технологии переработки мяса птицы и яиц. Значительных успехов в развитии консервного производства достигли предприятия Ленинградской, Волгоградской, Воронежской, Псковской, Пензенской и Рязанской областей. Осваивают произ-

водство колбасных изделий на птицефабриках Екатеринбургской, Саратовской, Липецкой и др. областей.

По данным С. Малеева [170], продажа мяса птицы в виде тушек обеспечивает рентабельность в размере 12%, а переработка его в фарш увеличивает её до 20%, в наборы для супа – до 40,5%, крылья варёно-копчёные – до 66,2%.

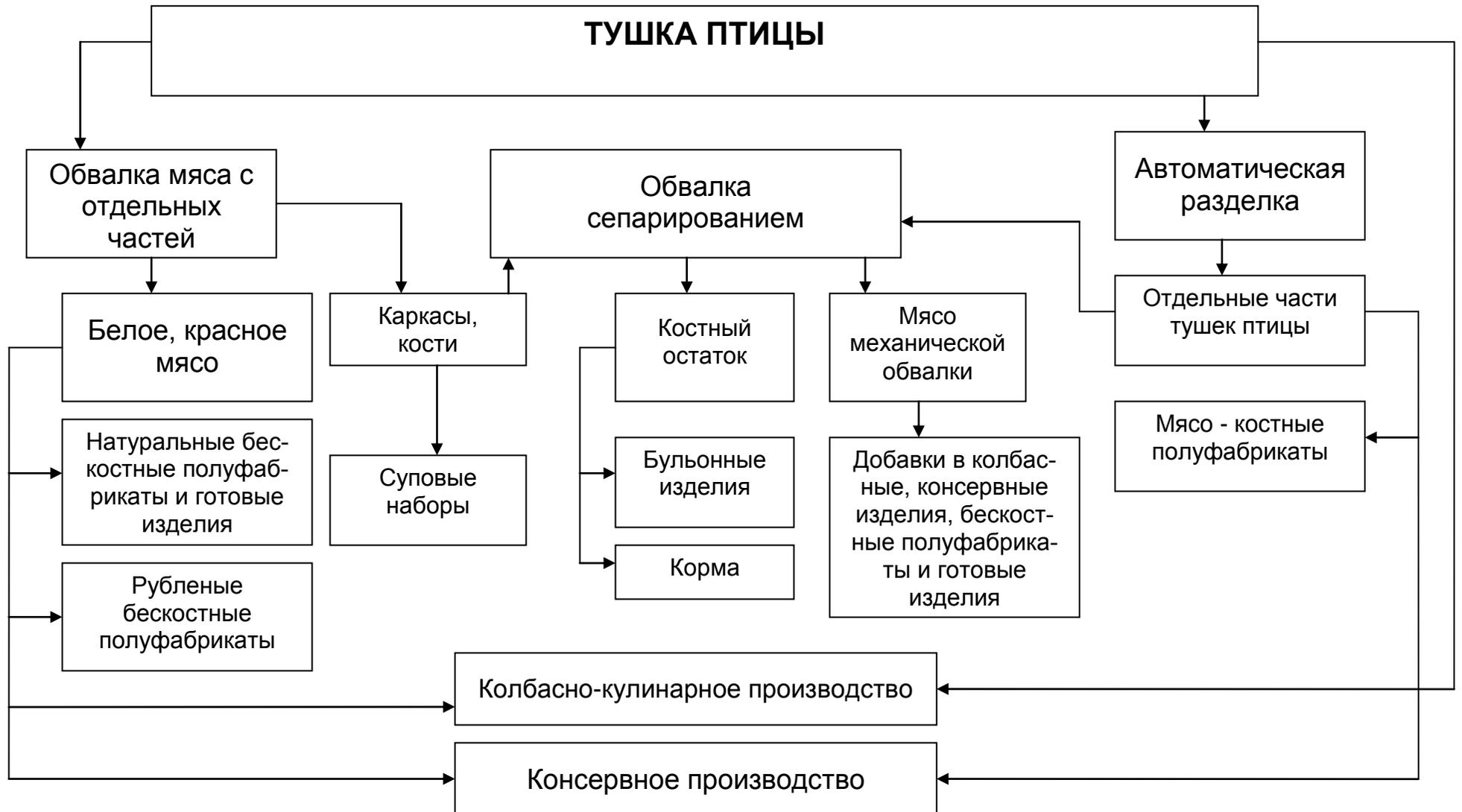


Рис. 16. Схема комплексной переработки мяса птицы

Рассмотрим влияние глубокой переработки на эффективность птицеводства на примере наиболее стабильно функционирующего птицеводческого хозяйства ООО «Птицефабрика «Снежка». До внедрения глубокой переработки птицы производился следующий ассортимент: диетические и столовые яйца; мясо птицы в тушках при полном и частичном потрошении; суповые наборы; субпродукты из мяса птицы.

В конце 1994 г. в ООО «Птицефабрика «Снежка» был введен в эксплуатацию консервно-колбасный цех, который позволил расширить ассортимент производимой продукции, а также помимо переработки птицы производить переработку свинины и говядины. В результате расширился ассортимент выпускаемой продукции, появились новые сорта колбасных изделий и консервов с включением в них как мяса птицы, так и других видов мяса и субпродуктов. Разнообразие ассортимента позволило предприятию привлечь новых покупателей на эти виды продукции. В цехе осуществляют производство копченых цыплят и фарша, что способствует увеличению количества потребителей продукции, производимой на предприятии, которое выпускает более 30 наименований продукции переработки мяса птицы и яиц.

Продукция переработки, выпускаемая ООО «Птицефабрика «Снежка», сравнительно быстро завоевала покупательские предпочтения. Наибольшим спросом пользуются колбасные изделия, которых выпускается более 20 наименований. На предприятии выпускается фарш колбасный «Ставропольский», «Цыплята в собственном соку», «Фарш куриный колбасный». Опросы, проведенные нами в фирменных магазинах ООО «Снежка» среди покупателей, показали, что наибольшим спросом из всех видов консервов пользуются «Цыплята в собственном соку». Этот вид продукции готовится без растительных добавок, отличается высокими вкусовыми качествами и приемлемой для покупателей ценой. Организационная структура переработки мяса птицы и яиц в ООО «Птицефабрика «Снежка» представлена на рисунке 17.

Одной из стратегических задач совершенствования углубленной переработки птицеводческой продукции является выпуск конкурентоспособной, отвечающей требованиям мировых стандартов продукции. В связи с этим целесообразно помимо вышеуказанного ассортимента продукции переработки на анализируемом предприятии производить: свежие замороженные омлеты с наполнителями из овощей и мясных продуктов, яичные рулеты и напитки, изготовленные на основе яиц, мясные рулеты с наполнителем из яиц, яйца без скорлупы в вакуумной упаковке, мясо кур шашлычное (с добавлением перца и других специй), паштеты из печени птицы, консервы для детского питания, сухие бульоны



Рис. 17. Организационная структура переработки яиц и мяса птицы в ООО «Птицефабрика «Снежка»

из мяса и костей птицы. Расширение ассортимента производимой продукции позволит предприятию увеличить объёмы её реализации и повысить эффективность производства.

Анализ показывает, что региональный рынок яичной продукции полностью сформирован. Учитывая, что яйца являются скоропортящимся продуктом, переработка яиц является одной из возможностей их сбыта в отдалённые российские регионы, поскольку срок хранения яичного порошка гораздо выше, чем срок хранения не переработанных яиц. Кроме того, переработка яиц обеспечивает полное уничтожение патогенной микрофлоры, продукты переработки яиц широко используются в различных кулинарных изделиях, их удобно перевозить на большие расстояния.

Проведенные маркетинговые исследования позволяют сделать вывод о том, что данная продукция будет востребована потенциальными покупателями. Расчеты показывают, что в данном хозяйстве эффективно производить переработку продукции птицеводства. При этом эффективность переработки кур показывает, что наиболее выгодно реализовывать филе, грудку и бедро по сравнению с мясом кур потрошенных первой категории, что обеспечивает более высокую рентабельность. Эффективность переработки кур показывает, что наиболее рентабельно производство филе грудки и бедра (табл. 44).

44. Эффективность переработки кур по отношению к реализации мяса кур потрошенных I категории в ООО «Птицефабрика «Снежка» в 2007 г.

Наименование готовой продукции	Цена реализации исходной продукции «Мясо кур потрошенное I категории» без НДС, руб.	Оптовая цена реализации доработанной продукции за 1 кг, руб.	Дополнительная выручка от цены реализации, руб.	Рентабельность, %
Тушка на подложке	46,41	50,09	+ 3,68	10,8
Полутушка	46,41	52,16	+ 5,75	12,4
Грудка	46,41	80,00	+ 33,59	72,3
Окорочка	46,41	52,00	+ 5,59	10,8
Крыло	46,41	45,86	- 0,55	- 1,19
Голень	46,41	60,45	+ 14,04	30,3
Бедро	46,41	62,32	+ 15,91	35,5
Четвертинка	46,41	57,90	+ 11,49	25,0
Филе грудки	46,41	94,36	+ 47,95	203,3

Анализ глубокой переработки мяса птицы свидетельствует о том, что за 2000-2007 гг. объёмы переработки мяса птицы возросли

на 71,3%, а производства колбасы – на 74,4%, что связано с высоким спросом на данный вид продукции переработки. Наиболее быстрыми темпами увеличилось производство фарша, который пользуется повышенным спросом у населения. К тому же в область поступает значительное количество мяса птицы в виде тушек, окорочков и бёдрышек из птицефабрик, не имеющих оборудования для изготовления фарша. Кроме того, региональный рынок пополняется аналогичной зарубежной продукцией.

Для исследуемого хозяйства наиболее выгодно производить переработку мяса птицы II категории и нестандартного качества, чем реализовывать его в не переработанном виде.

За анализируемый период объёмы переработки яиц возросли на 2,3 раза (табл. 45). При этом производство яичного порошка увеличилось в 2,3 раза. Рост цен на яичный порошок опережал рост себестоимости его производства. Сравнительный анализ рентабельности производства мелких яиц и их переработки свидетельствует о том, что в данном хозяйстве наиболее целесообразно осуществлять переработку мелких яиц (рентабельность их переработки возросла на 16,1 процентных пункта), чем реализовывать их в непереработанном виде, поскольку рентабельность их производства возросла лишь на 5,9 процентных пункта.

45. Эффективность переработки яиц в ООО «Птицефабрика «Снежка»

Показатели	1999 г.	2001 г.	2003 г.	2005 г.	2007 г.	2007 г. в % к 1999 г.
Переработано яиц, тыс. шт.	11314	17112	19950	22137	25680	в 2,3 раз.
Получено яичного порошка, т	115	186	210	232	269	в 2,3 раз.
Цена реализации:						
1 т. яичного порошка, тыс. руб.	39	64	90	106	115	в 2,9 раза.
1 тыс. шт. мелких яиц, руб.	350	569	807	900	1200	в 3,4 раз.
Себестоимость:						
1 тыс. шт. мелких яиц, руб.	263,2	413	565	655,4	864,0	в 2,9 раз.
1 кг яичного порошка, руб.	28	41	55	64	74	в 2,6 раза.
Рентабельность, %						
производства мелких яиц	33,0	37,7	42,8	37,3	38,9	+ 5,9 п.п.
переработки мелких яиц	39,3	56,0	63,6	65,6	55,4	+ 16,1 п.п.

В условиях рыночной экономики у предприятий-производителей сельскохозяйственной продукции появилась возможность ее реализации по многим каналам сбыта, что требует от них самостоятельного поиска посредников и конечных потребите-

лей. Как правило, продукция птицефабрик реализуется по следующим каналам: в региональный продовольственный фонд, через потребительскую кооперацию, систему общепита, по бартерным сделкам и через сеть розничной торговли. Все эти каналы реализации имеют свои недостатки: фиксированные цены, которые могут быть ниже себестоимости или рыночных цен, невыполнение договорных обязательств, в том числе несвоевременное возвращение выручки, значительные затраты на реализацию. В этой связи особую значимость приобретает розничная торговля, осуществляемая через сеть фирменных магазинов.

Элементом розничной торговли является фирменная торговля. Развитие фирменной торговли показывает ее преимущества перед другими каналами реализации произведенной на птицефабриках и частично переработанной продукции птицеводства. Основное преимущество, которое дает фирменная торговля состоит в том, что через нее можно более полно изучить потребительский спрос на производимую продукцию, провести маркетинговые исследования для использования пожеланий и замечаний потребителей при производстве товаров [211].

В фирменных магазинах сельскохозяйственным производителям легче изучить спрос на новую продукцию и организовать с наименьшими затратами ее рекламу. Только у прилавка окончательно выясняется насколько хорошо или плохо удовлетворяются потребности в продукции необходимого качества и ассортимента, а также отражаются успехи и недостатки производства.

Рассмотрим организацию фирменной торговли на примере ООО «Снежка», которое к 2007 г. располагало 27 фирменными магазинами общей торговой площадью около трех тысяч квадратных метров. Необходимо отметить, что фирменная торговля создавалась в тяжелейших финансово-экономических условиях для хозяйства. При ее помощи в хозяйстве был значительно сокращен путь от производителя до потребителя продукции. Она позволяет эффективно управлять финансовыми потоками, обеспечивать относительно быстрый возврат средств в производство, своевременно реагировать на жесткие требования потребительского рынка.

В фирменную торговую сеть предприятия поступает практически весь ассортимент производимой продукции. Поскольку основная задача фирменной торговли заключается в сбыте продукции птицеводства, то через фирменные магазины предприятия ежегодно реализуется более 3 млн. штук яиц, 60-80 т мяса,

22-25 т колбасы и 15 т фарша. Ассортимент продукции, изготовленной из мяса птицы, включает в себя копченые и вареные колбасы и ветчину, пельмени, окорочка, котлеты, сардельки, консервы, копчености из мяса кур и перепелов и другую продукцию переработки мяса птицы.

Для привлечения покупателей помимо мяса птицы в этих магазинах продают шпиг, карбонат, вырезку из говядины и свинины, субпродукты, а также хлеб и булочные изделия, выпекаемые в ООО «Птицефабрика «Снежка», сливочное масло и сливки, молоко высококалорийный майонез «Провансаль», произведенный также на этом предприятии. В фирменной торговой сети ООО «Птицефабрика «Снежка» работает более 200 человек, которые ежедневно обслуживают 13-14 тыс. покупателей, обеспечивая при этом годовой товарооборот более 150 млн. руб.

О масштабах фирменной торговли ООО «Птицефабрика «Снежка» свидетельствует тот факт, что в таких крупных районах Брянской области как Стародубский и Погарский потребительская кооперация реализует товаров на 13% меньше, чем в анализируемое предприятие, а в Мглинском, Жирятинском, Гордеевском и Клетнянском районах общий объем товарооборота почти в десять раз меньше, чем в ООО «Птицефабрика «Снежка».

Наибольший объем товарооборота имеют магазины, расположенные на центральных улицах г. Брянска, в непосредственной близости от центрального рынка и железнодорожного вокзала, через который следуют поезда дальнего следования, пригородные поезда и электропоезда. Это способствует увеличению потребительского спроса на продукты питания. Кроме того, в вышеперечисленных магазинах коммерческие расходы по реализации продукции и цены реализации более низкие по сравнению с другими продовольственными магазинами Брянска. Удельный вес фирменных товаров в наибольшем количестве магазинов составляет в среднем 61-97%.

Анализ работы фирменной торговли в ООО «Птицефабрика «Снежка» (табл. 46) свидетельствует о том, что за 2003-2007 гг. численность работников торговли увеличилась на 20%, а товарооборот – на 25%. Вместе с тем доля продукции собственного производства уменьшилась на 3 процентных пункта, однако валовой доход вырос на 70%. Доля издержек фирменной торговли в структуре валового дохода возросла на 12 процентных пунктов, а налогов сократилась на 5 пунктов. Рентабельность снизилась на 13,4 пункта при росте объема товарооборота на 7 процентных пунктов.

46. Анализ работы фирменных магазинов ООО «Птицефабрика «Снежка»

Показатели	2003 г.	2005 г.	2007 г.	2007 г. в % к 2003 г.
Численность работников, чел.	182	205	217	120
Отработано, чел-дн.	41617	44975	44975	108
Товарооборот – всего, тыс. руб.	113737	143628	143625	126
в том числе за счет продукции собственного производства, %	91	89	88	- 3 п.
Валовой доход, тыс. руб.	7346	10349	12483	170
В % от валового дохода				
издержки	76	82	88	12 п.
налоги	10	7	5	- 5 п.
Прибыль, тыс. руб.	1140	1155	784	69
Рентабельность, %	20,6	13,6	7,2	- 13,4 п.
Товарооборот на 1 чел., тыс. руб.	625	701	674	107
Ежедневный товарооборот, тыс. руб.	311	393	389	125

Таким образом, в организации фирменной торговли предприятия имеются резервы для увеличения объемов за счет увеличения количества продукции собственного производства, расширения её ассортимента. Необходимо также изменить регламент работы магазинов, поскольку в 6 из них имеется перерыв на обед, а 5 магазинов работает только до 19 часов. Для увеличения прибыли следует проводить маркетинговые исследования, выявлять покупательские предпочтения. Для этого целесообразно открыть сеть фирменных магазинов в тех районах и городах области, где продукция данного предприятия будет пользоваться наибольшим спросом – в г. Брянске, Брянском районе, поселке Сельцо, а также в Выгоничском, Новозыбковском, Карачевском, Навлинском и Стародубском районах. Здесь имеются ниши на рынке продукции птицеводства и данное предприятие их может заполнить. Кроме того, эти районы многолюдны, через них проходят автотрассы и железнодорожные пути всероссийского и международного значения, что способствует увеличению доли потенциальных покупателей продукции фирменных магазинов, особенно расположенных вдоль автотрасс и в непосредственной близости от авто и железнодорожных вокзалов и станций.

Опросы, проведенные среди пассажиров железнодорожных и автобусных маршрутов, позволили сделать вывод о том, что объемы реализуемой продукции могут быть существенно увеличены за счет ее расфасовки небольшими партиями, комплектования дорожных наборов, куда входили бы вареные яйца, очищенные от скорлупы и упакованные в вакуумную упаковку, колбасные изделия, из-

делия из мяса птицы в виде копченой продукции, хлебобулочные изделия и недорогие безалкогольные напитки. В поездах дальнего следования возможна организация торговли копчеными и полукопчеными мясными изделиями, имеющими длительный срок хранения, свежими и вареными яйцами, а также горячими кулинарными изделиями из мяса птицы (шашлыками, беляшами, чебуреками, пирожками, шаурмой, хычинами и др.), изготовление которых необходимо организовать в небольших филиалах фирменных магазинов, расположенных непосредственно на перронах железнодорожных и автобусных вокзалов, на территориях, прилегающих к больницам, учебным заведениям, крупным учреждениям, рынкам, стадионам, центрам отдыха, официально зарегистрированным пляжам (в летнее время). При этом затраты, связанные с реализацией готовой продукции существенно сократятся. Для совершенствования же организации фирменной торговли необходимо осуществлять планирование работы магазинов по таким показателям, как объемы реализуемой продукции, товарооборота, коммерческих затрат, прибыли в целом по фирменной торговле и по каждому отдельно взятому фирменному магазину.

2.4. Роль отрасли птицеводства в решении проблемы национальной продовольственной безопасности

Среди различных видов безопасности особое место занимает продовольственная безопасность как страны в целом, так и ее отдельных регионов. Ее роль связана с тем, что продовольствие является важнейшим базовым показателем жизнедеятельности человека при отсутствии которого наступает голод и смерть. Поэтому обеспечение продовольственной безопасности является приоритетным направлением государственной политики, так, как охватывает широкий спектр национальных, экономических, социальных, демографических и экологических факторов.

Для объективной оценки состояния и необходимости поддержания продовольственной безопасности страны на оптимальном уровне используется система специальных показателей, которые дают возможность одновременно и комплексно рассматривать ее в динамике и в сравнении.

Для определения уровня «продовольственной безопасности» отдельного человека в мировой практике используются стандарты нормального питания. В настоящее время этот показатель равен 2700 ккал в сутки. К категории голодающих относится население, потребляющее 1520 ккал, на грани голода и недоедания - 2150 ккал

в сутки. В зарубежных странах для оценки потребления уровня питания отдельного человека используется такой показатель, как доля расходов семьи на питание. В Японии, например, выделяют семь ступеней уровня жизни. Если затраты на питание составляют свыше половины расходов, то такая ситуация характеризуется как существование на грани голода, до 25%- средний уровень жизни, до 20%- высокий уровень жизни. В России затраты на питание в среднем составляют более 40% расходов. При этом растет потребление продуктов питания импортного производства, причем более 80% из которых относится к продукции третьей категории, производимой для вывоза в развивающиеся страны. За период рыночных преобразований питание россиян значительно ухудшилось, что самым негативным образом отразилось на средней продолжительности жизни (она сократилась на 4 года) и соответствует уровню экономически отсталых стран Азии и Африки. За последние годы численность населения России сокращается ежегодно примерно на 750 тыс. человек.

Как свидетельствует мировой опыт, ни одна страна не может нормально развиваться не имея экономически крепкого сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности.

Питание является основой жизнедеятельности человека, одним из основных условий его существования, влияющим на продолжительность жизни, работоспособность самочувствие и настроение, сопротивляемость инфекциям и другим неблагоприятным факторам внешней среды. В России в основу рационального питания положен принцип сбалансированности пищевых рационов, благодаря чему обеспечивается потребность организма человека в питательных веществах. Большой вклад в изучение вопроса сбалансированного питания человека внесли академики А.А. Покровский., А.И. Алтухов и др. Несбалансированность рационов питания населения России привела к тому, что по продолжительности жизни оно существенно отстает от таких стран, как США, Япония, Франция и находится на уровне таких стран, как Индонезия и Малайзия.

Несмотря на увеличение потребления в России яиц и мяса птицы, калорийность рациона питания населения России в 2007 г. составляла 2564 ккал, что на 64 ккал. ниже научно обоснованной нормы потребления продуктов питания. Фактическое потребление белка, в т.ч. животного происхождения, в сутки составляло 71,7 г., что на 3,3 г. ниже нормы. Таким образом, можно сделать вывод о том, что продовольственная безопасность России во многом зависит от того, каков уровень потребления ее населением различных продуктов питания, в том числе продукции птицеводства.

В настоящее время спрос на мясо птицы обеспечивается за счет внутреннего производства на 72% и только 22 субъекта Российской Федерации полностью обеспечивают потребности региона внутренним производством – при среднем уровне потребления 24,5 кг мяса птицы на человека, по 21 субъекту обеспеченность составляет от 50 до 99 процентов и по 35 – ниже 50 процентов (табл. 47).

47. Обеспеченность потребности в мясе птицы внутренним производством

	Количество субъектов	Производство, тыс. тонн убойной массы	Потребность при среднесложившемся уровне потребления 24,5 кг мяса птицы на человека, тыс. тонн	Производство в % к потребности
Полностью обеспечивают	22	1749,7	944,0	185
От 50 до 99%	21	679,2	931,4	73
Менее 50%	35	503,2	1601,3	31

Несмотря на значительные объемы импорта мяса (2,5 млн. тонн), уровень среднедушевого потребления мяса в России даже с учетом импорта продолжает оставаться на невысоком уровне.

Если в начале 90-х годов потребление всех видов мяса составляло 75 кг на человека, то в 2001 году этот показатель составил 47 кг, в 2003 году – 52 кг, в 2007 году – 61 кг, в 2008-2009 гг. – 66 кг, из них отечественного – 47 кг при рациональной норме потребления 81 кг. Производство мяса отечественного производства на душу населения находится ниже среднемирового показателя на 12%.

Сохраняющийся в стране дефицит животноводческой продукции, в частности, мяса на фоне структурного несовершенства отрасли и угрожающих демографических изменений в сельской местности объективно выводит соответствующий круг вопросов на уровень национальной безопасности.

В соответствии с принятой Доктриной продовольственной безопасности Российской Федерации удельный вес мяса и мясопродуктов (в пересчете на мясо) отечественного производства должны составлять не менее 85% в общем объеме товарных ресурсов. На сегодняшний день этот показатель – 58%, по мясу птицы – 72% (табл. 48).

Однако такой уровень производства по мясу недостаточен для удовлетворения полной потребности внутреннего рынка и соответственно обеспечения импортозамещения, сохраняется значительная часть проблемных вопросов.

Согласно нормам питания среднегодовое потребление мяса и

мясопродуктов составляет 81 кг убойного веса на душу населения, из которых 30 кг убойного веса – мяса птицы. В 2009 году в Российской Федерации среднедушевое потребление мяса и мясопродуктов составило 66,7 кг в убойном весе, потребление мяса птицы 25 кг. Важно отметить, что уровень потребления 1990 года (12,4 кг/чел) был преодолен еще в 2001 г. Более того, среднедушевое потребление мяса птицы в России превысило уже и среднеевропейский показатель – 20,1 кг на душу населения по 25 странам Евросоюза, однако при сравнении с США, где потребляют 47,3 кг на душу населения, становится очевиден потенциал для дальнейшего роста потребления мяса птицы (табл. 49).

48. Формирование рынка мяса птицы (тыс. тонн убойной массы)

Годы	Отечественное производство	Импортные поставки	Общий объем продукции на рынке РФ	Удельный вес импорта, %	Потребление мяса птицы на душу населения, кг	
					всего	в т.ч. отечественного
1997	630	1146,6	1776,6	64,5	13,0	4,3
1998	690	814,5	1504,6	54,1	12,0	4,7
1999	748	236	984	23,9	8,0	5,1
2000	766	687,1	1452,8	47,3	10,0	5,4
2001	883,7	1390,7	2274,4	61,1	15,6	5,8
2002	953	1375	2328	59,0	16,0	6,7
2003	1044	1205,7	2249,7	53,5	15,6	7,3
2004	1185,7	1114,4 (квота 1050)	2300,1	48	16,0	8,3
2005	1388	1328,8 (квота 1090)	2716,8	49	18,8	9,6
2006	1632	1282,9 (квота 1130,8)	2914,9	44	20	11,0
2007	1925	1294,9 (1171,2 квота)	3220	40,3	22,6	13,5
2008	2217	1224 (1211,6 квота)	3441	35,6	24,2	15,6
2009	2540	986 952 (квота)	3526	28	25	18
2010 (оценка)	2835 (+300)	780 *	3615	21,5	25,4	19,8

*) объемы квот, предусмотренные постановлением Правительства РФ на 2010-2012 гг. от 16 декабря 2009 г. № 1021

49. Среднедушевое потребление мяса в РФ в 2009 г.

Вид мяса	Все виды	Птица	Свинина	Говядина
Потребление на душу населения, кг/год	66,7	25	20	18

Постоянно растущий спрос на мясо птицы объясняется как его потребительскими свойствами, так и значительно низким уровнем потребительских цен в сравнении с другими видами мясной продукции (рис. 18). Мясо птицы является более доступным для низкооплачиваемых слоев населения.

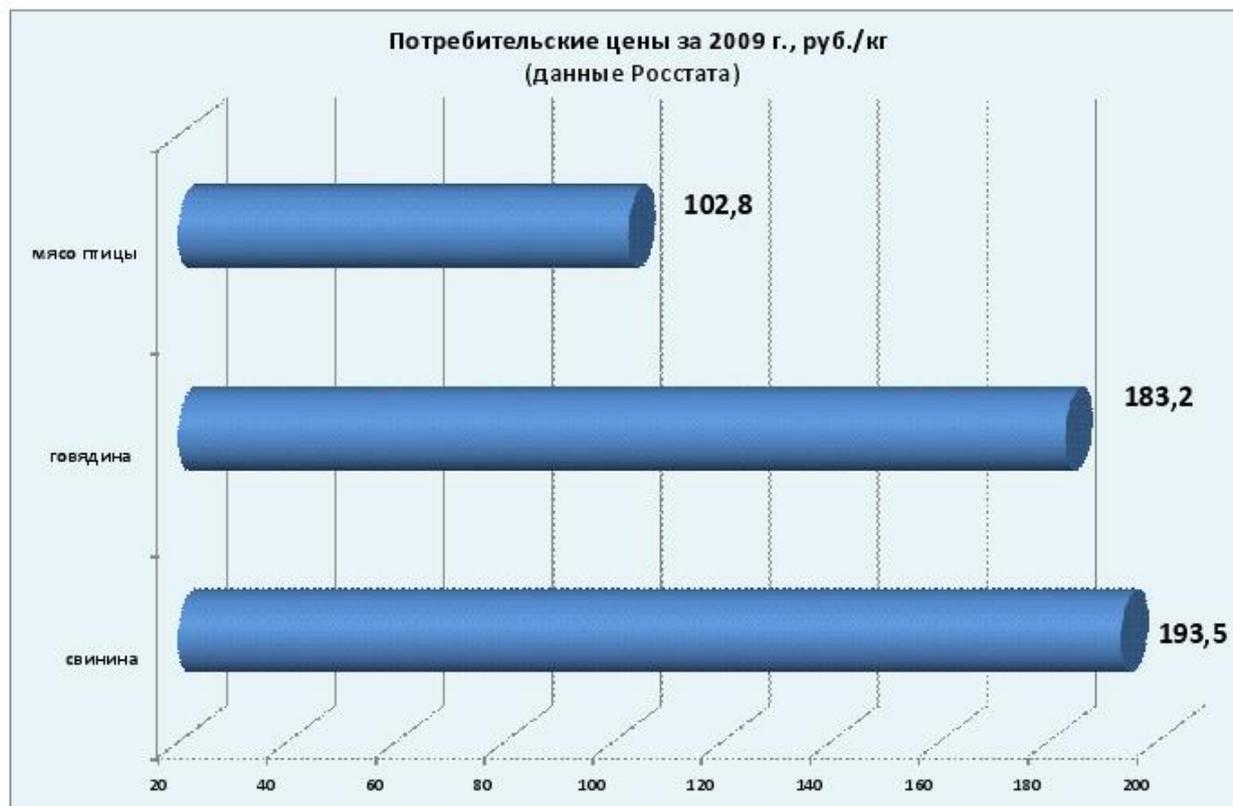


Рис. 18. Потребительские цены на мясо в РФ в 2009 году

Учитывая недостаточный уровень потребления населением Российской Федерации мяса всех видов, встает вопрос обеспечения внутреннего производства мяса в объеме, отвечающем требованиям рациональных норм потребления, за счет мяса птицы.

По классификации Всемирной продовольственной организации (ФАО) мясо птицы относится к числу незаменимых продуктов питания. Благодаря содержанию полного и сбалансированного набора незаменимых аминокислот, жизненно важных жирных кислот, витаминов, макро- и микроэлементов мясо птицы входит в состав наиболее ценных видов мяса. Так, в белке мяса цыплят-бройлеров количество незаменимых аминокислот достигает 92%, в белке свинины – 88%, баранины – 73%, говядины – 72%.

Мясо птицы – диетический и полезный продукт, богатый железом в легкоусвояемой форме. В курином мясе содержится большое количество витаминов группы В, особенно витамина В₆, который снижает риск возникновения сердечно-коронарной недостаточности, особенно для людей среднего и пожилого возраста. Содержание этого витамина в курином мясе составляет 0,19 мг в 100 г продукта.

Доля мяса птицы в потребительском балансе в развитых странах достигает более 50%, в то время как в России она составляет 38% по внутреннему производству и по мясному балансу с учетом импорта (табл. 50).

50. Структура мясного рынка России (с учетом импорта) по состоянию на 2009 г.

Вид мяса	Объем рынка, тыс. т	Доля, %
Говядина	2398	26,0
Свинина	2 800	30,4
Птица	3 526	38,3
Прочие виды мяса	484	5,3
ИТОГО	9 208	100.0

По своей структуре внутренний рынок со стороны отечественных производителей формируется в первую очередь за счет сельхозпредприятий: из 2540 тыс. тонн мяса в убойном весе ими в 2009 году было произведено 2225 тыс. тонн (88%), еще 315 тыс. тонн (12%) приходится на фермерские и личные приусадебные хозяйства населения (рис. 19). Данное соотношение за последние 12 лет существенно сместилось в сторону сельхозпредприятий, так в 1998 г. сельхозпредприятия производили 431 тыс. тонн (62%), а на фермерских и личных приусадебных хозяйствах было получено 259 тыс. тонн мяса птицы в убойном весе (38%).

Птицеводство характеризуется быстрой оборачиваемостью капитала, обеспечивающей высокую рентабельность и окупаемость капиталовложений.

Рынок мяса птицы

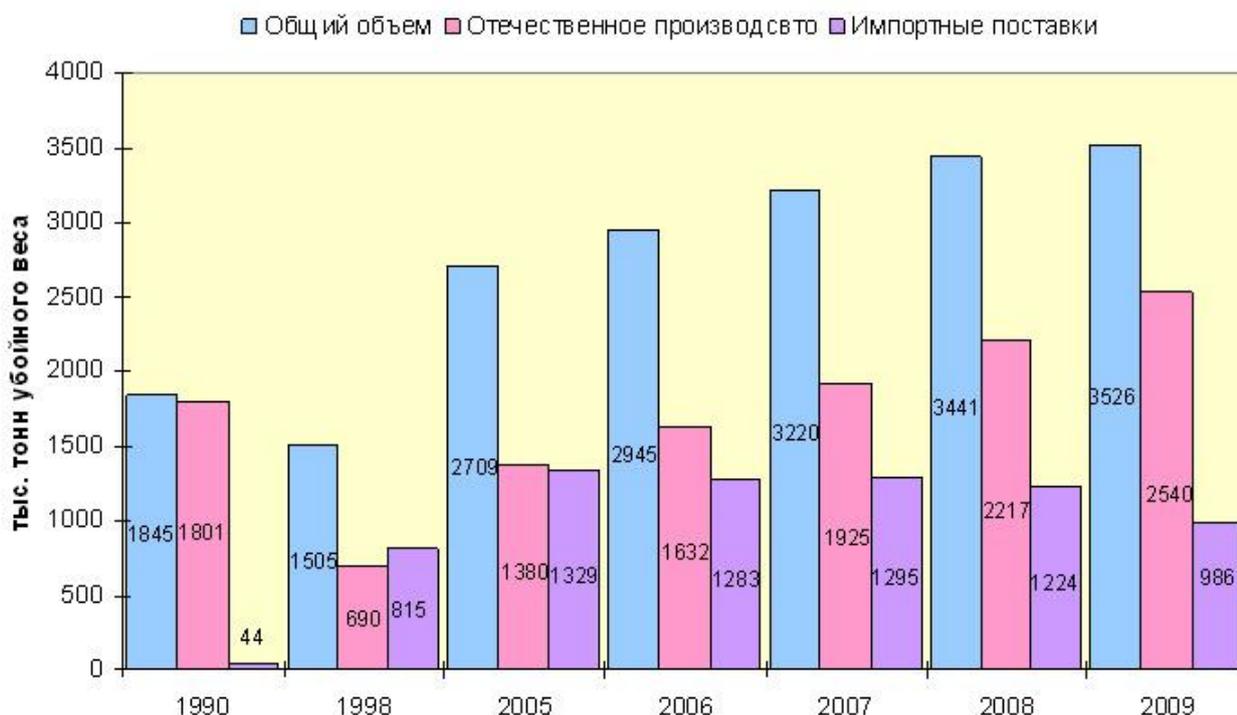


Рис. 19. Рынок мяса птицы

Производство яиц, как сектора агропромышленного комплекса, имеет огромное значение в продовольственной безопасности страны и обеспечении населения полноценным белком животного происхождения.

В 2009 году спрос на яйца в Российской Федерации был полностью удовлетворен за счет отечественного производства и общий объем рынка составил 39,4 млрд. яиц, из которых 29,8 млрд. шт. (76%) произведено в сельхозпредприятиях, а 9,6 млрд. шт. (24%) в фермерских и личных приусадебных хозяйствах населения. За последние 12 лет производство яиц в Российской Федерации выросло на 7,2 млрд. яиц (табл. 51).

Сегодня в 33 субъектах Российской Федерации производится яиц значительно больше потребности в них и 21 субъект России обеспечивают свой регион яйцом собственного производства ниже 50%.

Яйца – питательная и здоровая пища. Белок яйца по своему составу отвечает потребности организма человека в незаменимых аминокислотах. Одно куриное яйцо удовлетворяет суточную потребность взрослого человека в белке на 10%, жире – на 7%, фосфолипидах (лецитине) – более чем на 50%, в витаминах (А, D, К, В₁₂, В₄, В₂) – на 5-100%, йоде – на 15-20%, цинке и меди – на 8-10%, селене – максимум на 50%.

51. Производство и потребление яиц и яйцепродуктов

	1990г.	1998г.	2005г.	2006г.	2007г.	2008г.	2009г.
Производство яиц, млрд. штук	47,5	32,7	37,1	38,2	38,2	38,1	39,4
Потребление яиц на душу населения, штук	297	218	250	256	256	256	258

Энергетическая ценность 100 г яичной массы составляет в среднем 157 ккал, а потребительская цена ее около 7 рублей. Такое же количество энергии дают 72 г бескостной говядины и 44 г свинины, однако затраты на эти продукты в 2-2,5 раза выше. Даже равнозначное по энергии количество молока (350 г) обойдется покупателю около 10 рублей, не говоря уже о твороге и сыре.

52. Обеспеченность потребности в яйце внутренним производством в 2009 г.

	Количество субъектов	Производство, млн. штук	Потребность при рациональном уровне потребления 292 яйца на человека, млн. штук	Производство в % к потребности
Полностью обеспечивают	33	32722,7	22210,2	147
От 50 до 99%	24	7383,8	8841,0	84
Менее 50%	21	2311	10384,7	22

Неслучайно в экономически развитых странах потребление яиц находится на высоком уровне. Наиболее высок уровень потребления яиц в Японии и Чехии – около 320 штук в год на душу населения.

Среднедушевое потребление яиц и яйцепродуктов в Российской Федерации в 2009 г. не достигло необходимых показателей, согласно нормам питания оно должно составлять 292 яйца в год. В 2009 году в Российской Федерации среднедушевое потребление яиц и яйцепродуктов составило 258 шт. (табл. 52).

Заслуживает внимание и тот факт, что в России, в том числе и в Брянской области заметный удельный вес занимает производство птицеводческой продукции в домашних хозяйствах.

Потребление основных продуктов питания и энергетическая ценность рациона в домашних хозяйствах в сельской местности (в среднем на члена домашнего хозяйства), кг. в год приведено в таблице 53.

**53. Потребление основных продуктов питания
и энергетическая ценность рациона в домашних хозяйствах
в сельской местности (в среднем на члена домашнего
хозяйства), кг. в год на 1.01.**

Показатели	2004г.	2005г.	2006г.	2007г.	2008г.	2008 г. +- к 2004г.
Хлебные продукты	139,2	116,4	115,7	119,7	117,4	84,3
Картофель	176,4	165,6	139,6	141,9	138,9	78,7
Овощи и бахчевые	97,2	109,2	101,9	117,8	113,3	116,6
Фрукты и ягоды	22,8	27,6	26,9	32,5	44,0	192,9
Мясо и мясопродукты	46,8	51,6	50,5	53,0	60,4	129,1
Молоко и молочные продукты	255,6	249,6	247,8	290,1	275,6	107,8
Яйца, шт.	168	156	156	176	200	119,0
Рыба и рыбопродукты	15,6	14,4	14,9	18,6	19,6	125,6
Сахар и кондитерские изделия	40,8	40,8	29,8	31,5	34,0	83,3
Масло растительное и другие жиры	12,0	9,6	10,1	10,3	10,9	90,8
Энергетическая ценность, ккал в сутки	3106,8	2854,3	2630,1	2801,2	2884,2	92,8

Из показателей таблицы следует, что потребление основных продуктов питания в сельских домохозяйствах за анализируемый период практически по всем группам продуктов варьирует. Так, сократилось потребление хлеба на 15,7%, картофеля на 11,3%, масла растительного на 9,2%. Увеличилось потребление овощей и бахчевых на 16,6%, фруктов и ягод на 92,9%, мяса и мясопродуктов на 29,1%, молока и молочных продуктов на 7,8%, яиц на 19%, рыбы на 25,6%. В рационах селян было значительное количество дикорастущих ягод и грибов, рыбы, выловленной в озерах и реках области самими владельцами сельских ЛПХ, охотничьих трофеев (часто незаконных). Основу рациона составляли продукты, произведенные в ЛПХ селян. Тем не менее энергетическая ценность рациона сократилась за данный период на 7,2%.

Анализ калорийности рационов людей с наибольшими располагаемыми ресурсами (10-я группа) и наименьшими располагаемыми ресурсами (1 группа) показал, что в 10-й группе калорийность рациона составляла 2715,9 ккал., а в первой 2283,5 ккал. Наивысшая калорийность рациона наблюдалась в 7-й группе 3032,4 ккал. Таким образом, калорийность рациона населения, отнесенного к первой группе на 15,9% меньше, чем к 10-й группе и на 25% меньше, чем к 7-й группе 2730,0 ккал.

Установленный ФАО уровень калорийности питания в 2150 ккал (при такой калорийности суточного рациона человек находится на грани голода). В результате снижения доходов населения и структурных изменений в розничных ценах в потреблении продуктов питания и т.д. как сельчан, так и горожан стали нарастать негативные явления, произошла ломка сложившейся ранее структуры

расходов. В мировой практике структур потребительских расходов населения принято считать своеобразным индикатором материального благосостояния. Чем выше уровень расходов на питание и относительно выше расходы на непродовольственные товары, особенно услуги, тем лучше жизнеобеспечение семьи.

Для того, чтобы проанализировать насколько рационально питается население Брянской области, в т.ч. сельское сравним фактическое потребление продуктов питания с рациональными нормами. Потребление основных продуктов питания и энергетическая ценность рациона в домашних хозяйствах в сельской местности (в среднем на члена домашнего хозяйства), кг. приведено в таблице 54.

Из показателей таблицы 54 следует, что калорийность суточного рациона сельских жителей в Брянской области превышает рациональные нормы потребления на 5,6%. Достигается это за счет того, что у селян сложился углеводный тип питания. Так, он потребляют больше медицинской нормы: на 1,7% хлебной продукции, на 32,3% картофеля. В то же время население недопотребляет следующие продукты питания: Овощи и бахчевые, фрукты и ягоды, мясо и мясопродукты, молоко и молочные продукты, яйца, сахар, растительное масло, соответственно на: 19,1%, 42,1%, 12,5%, 23,4%, 31,5%, 2,9%, 16,2%. Такие продукты питания, как овощи, ягоды и фрукты, молоко, мясо и яйца недопотребляются даже в семьях, содержащих коров, скот и птицу, выращивающих овощи и фрукты из-за причин социального характера. Часть данных видов продукции в ЛПХ являются товарными.

54. Фактическое потребление основных продуктов питания и рациональная норма потребления в домашних хозяйствах в сельской местности (в среднем на члена домашнего хозяйства), кг. в год на 1.01.

Показатели	Рациональная норма потребления	2005г.	2006г.	2007г.	2008г.	2008 г.в % к рациональной норме потребления
Хлебные продукты	115	116,4	115,7	119,7	117,4	101,7
Картофель	105	165,6	139,6	141,9	138,9	132,3
Овощи и бахчевые	140	109,2	101,9	117,8	113,3	80,9
Фрукты и ягоды	76	27,6	26,9	32,5	44,0	57,9
Мясо и мясопродукты	69	51,6	50,5	53,0	60,4	87,5
Молоко и молочные продукты	360	249,6	247,8	290,1	275,6	76,6
Яйца, шт.	292	156	156	176	200	68,5
Рыба и рыбопродукты	18	14,4	14,9	18,6	19,6	108,8
Сахар и кондитерские изделия	35	40,8	29,8	31,5	34,0	97,1
Масло растительное и другие жиры	13	9,6	10,1	10,3	10,9	83,8
Энергетическая ценность, ккал в сутки	2730,0	2854,3	2630,1	2801,2	2884,2	105,6

Таким образом, потребление продукции яичного птицеводства населением достигает лишь 88% от рекомендуемых норм. Россия по потреблению яиц занимает среднее место среди развитых стран. Для полного удовлетворения потребностей населения в яйце до рекомендуемых рациональных норм потребления (298 штук) данный сектор агропромышленного комплекса требует дальнейшего развития.

Современные технологии отрасли птицеводства позволяют в короткие сроки не только количественно увеличить объемы отечественного производства мяса птицы и яиц, но и снизить их себестоимость. Это подтверждает опыт развития птицеводства Белгородской, Ленинградской, Челябинской областей, Республик Мордовия и Татарстан. Продукция отечественного птицеводства сможет обладать не только абсолютной конкурентоспособностью по сравнению с импортом, но также и потенциалом для экспорта в зарубежные страны.

Кроме того, необходимость развития птицеводства обусловлена:

- наличием сырьевой базы, в частности зерна, одним из основных потребителей которого является отрасль птицеводства;
- наличием земельных ресурсов для размещения предприятий с учетом требований, обеспечивающих ветеринарно-санитарную безопасность;
- наличием достаточно развитой комбикормовой промышленности;
- наличием топливно-энергетических ресурсов (учитывая энергоемкость отрасли);
- наличием квалифицированных трудовых ресурсов и т.д.

Принимаемые разрозненные экономические и организационные меры поддержки в отдельных субъектах Российской Федерации в силу отсутствия комплексной программы, охватывающей в целом проблемы отрасли, ощутимых положительных результатов не дают.

Для вывода отрасли птицеводства на рубежи, обеспечивающие полное импортозамещение птицеводческой продукции и отвечающие требованиям Доктрины продовольственной безопасности, требуется привлечение значительных финансовых ресурсов, в т.ч. кредитов банков, средств внутренних и внешних инвесторов, а также концентрации средств на наиболее приоритетных направлениях, адресности выделения, увязки с конечными результатами, усиления контроля за целевым использованием. Этим требованиям в наибольшей степени отвечает программно-целевой метод решения проблемы.

Введение механизма внешнеторговых квот стало важным событием на российском рынке продукции птицеводства. Однако по-

мимо этого, государство должно применять и другие меры, способствующие стабилизации и развитию птицеводства, обеспечению продовольственной безопасности страны и улучшению продовольственного обеспечения населения. Основными целями воздействия государства на рынок продукции птицеводства должны быть: обеспечение своим гражданам возможности устойчиво потреблять качественную мясную продукцию на уровне медицинских норм питания; стимулирование роста производства мяса птицы и яиц, то есть роста предложения; стимулирование роста эффективности производства доходности предприятий, занятых производством продукции птицеводства (сельскохозяйственных производителей) и его переработкой (промышленных товаропроизводителей); гарантии определённого уровня доходов, обеспечивающего сельскохозяйственным товаропроизводителям возможность накопления средств для расширенного воспроизводства; защита внутреннего (региональных и федерального) рынка; развитие инфраструктуры рынка; регулирование потребления отдельных видов продукции птицеводства; защита экономических интересов потребителей, особенно социально незащищённой и наименее обеспеченной их части.

Так Правительство РФ 16 декабря 2009 года приняло постановление №1021 “Об импорте говядины, свинины и мяса домашней птицы в 2010-2012 гг.”.

Данное постановление устанавливает тарифные квоты в отношении мяса крупного рогатого скота, свежего или охлажденного, замороженного, свинины свежей, охлажденной или замороженной, и тримминга и мяса домашней птицы, ввозимых на таможенную территорию РФ в 2010-2012 гг. в соответствии с таможенным режимом выпуска для внутреннего потребления, за исключением говядины, свинины или птицы, происходящих и ввозимых из государств - участников СНГ.

Так, объем тарифной квоты на ввоз в РФ свежего или охлажденного мяса КРС в 2010-2012 гг. составляет 30 тыс. тонн ежегодно, замороженного мяса КРС - 530 тыс. тонн ежегодно. Ввоз свежей, охлажденной или замороженной свинины в рамках квоты в 2010 и 2011 гг. составит 472,1 тыс. тонн, в 2012 г. - 425,1 тыс. тонн. Объем тарифной квоты на импорт в Россию мяса и пищевых субпродукты домашней птицы, согласно постановлению, с каждым годом будет снижаться: в 2010 г. - 780 тыс. тонн, в 2011 г. - 600 тыс. тонн, в 2012 г. - 550 тыс. тонн.

Правительство также поручило Министерству экономического развития РФ осуществлять распределение 25% объемов товаров, предусмотренных на 2010 г., между участниками внешнеэкономической

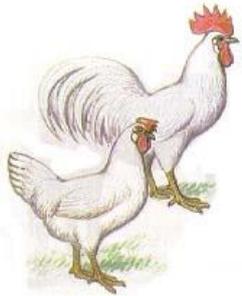
ческой деятельности, осуществлявшими ввоз на таможенную территорию РФ в 2009 г. говядины, свинины или птицы в соответствии с таможенным режимом выпуска для внутреннего потребления, пропорционально объемам говядины, свинины или птицы, ввезенным этими участниками в 2007-2008 гг. и с 1 января по 30 сентября 2009 г., за исключением говядины, свинины или птицы, происходящих и ввезенных из государств - участников СНГ.

Министерству промышленности и торговли РФ поручено осуществлять с 23 декабря 2009 г. по 31 декабря 2010 г. включительно выдачу лицензий участникам внешнеэкономической деятельности на ввоз указанных товаров в определенных объемах.

Решение о выдаче лицензий на ввоз товаров или об отказе в их выдаче принимается Минпромторгом в 5-дневный срок со дня подачи в установленном порядке заявления.

Срок действия указанных лицензий устанавливается с 1 января по 31 декабря 2010 г. включительно.

Таким образом, развитие отрасли птицеводства является экономически обусловленным, социально выгодным и наиболее перспективным направлением в достижении продовольственной безопасности России.



3. ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПТИЦЕВОДСТВА

3.1. Прогнозирование производства продукции птицеводства как основа научного управления отраслью

В современных условиях в связи с усложнением экономических отношений роль прогнозирования существенно возрастает. Прогноз – научно обоснованная гипотеза о вероятном будущем состоянии системы и объектов и характеризующие это состояние показатели [157].

Под прогнозом в птицеводстве, понимается научно обоснованное суждение о возможных состояниях отрасли в будущем и (или) об альтернативных путях и сроках их осуществления.

Главной задачей прогнозирования отрасли является максимизация объема конечной продукции и приближение объема и структуры производства продукции к объемам и структуре потребностей в ней. При прогнозировании АПК на уровне страны, области, региона требуется обращать внимание на влияние каждой сферы АПК, а также входящих в нее отраслей.

Прогнозирование отрасли птицеводства, как и АПК в целом базируется на одинаковых принципах, приемах и методах экономического прогнозирования. Однако имеется ряд отраслевых особенностей, которые необходимо учитывать, поскольку они оказывают как стабилизирующие, так и искажающие влияние на результативные показатели прогноза (рис. 20) [169].

Специфика АПК как объекта прогнозирования выражается в том, что он включает несколько органически взаимосвязанных отраслей народного хозяйства, первичным же является сельское хозяйство. Основная сопряженная и побочная продукция может полностью использоваться отраслями народного хозяйства, сельскохозяйственное производство может быть безотходным, особенно в условиях интеграции [158].

На рисунке 21 представлена модель сценария анализа и прогнозирования развития отрасли птицеводства, ее зависимость от других сфер АПК и внутреннего и внешнего рынков.



Рис. 20. Особенности отрасли, учитываемые при прогнозировании

При прогнозировании развития птицепродуктового подкомплекса АПК следует обратить внимание на три группы важнейших пропорций:

1. соотношение между потребностью в аграрной продукции и производством конечной продукции;
2. соотношение ресурсного и инвестиционного комплексов;
3. соотношения между основными сферами и отраслями АПК, а также внутри производственной, организационной и социальной структур.

Все три типа пропорций могут быть рассмотрены на территориальном, отраслевом и межотраслевом уровнях.

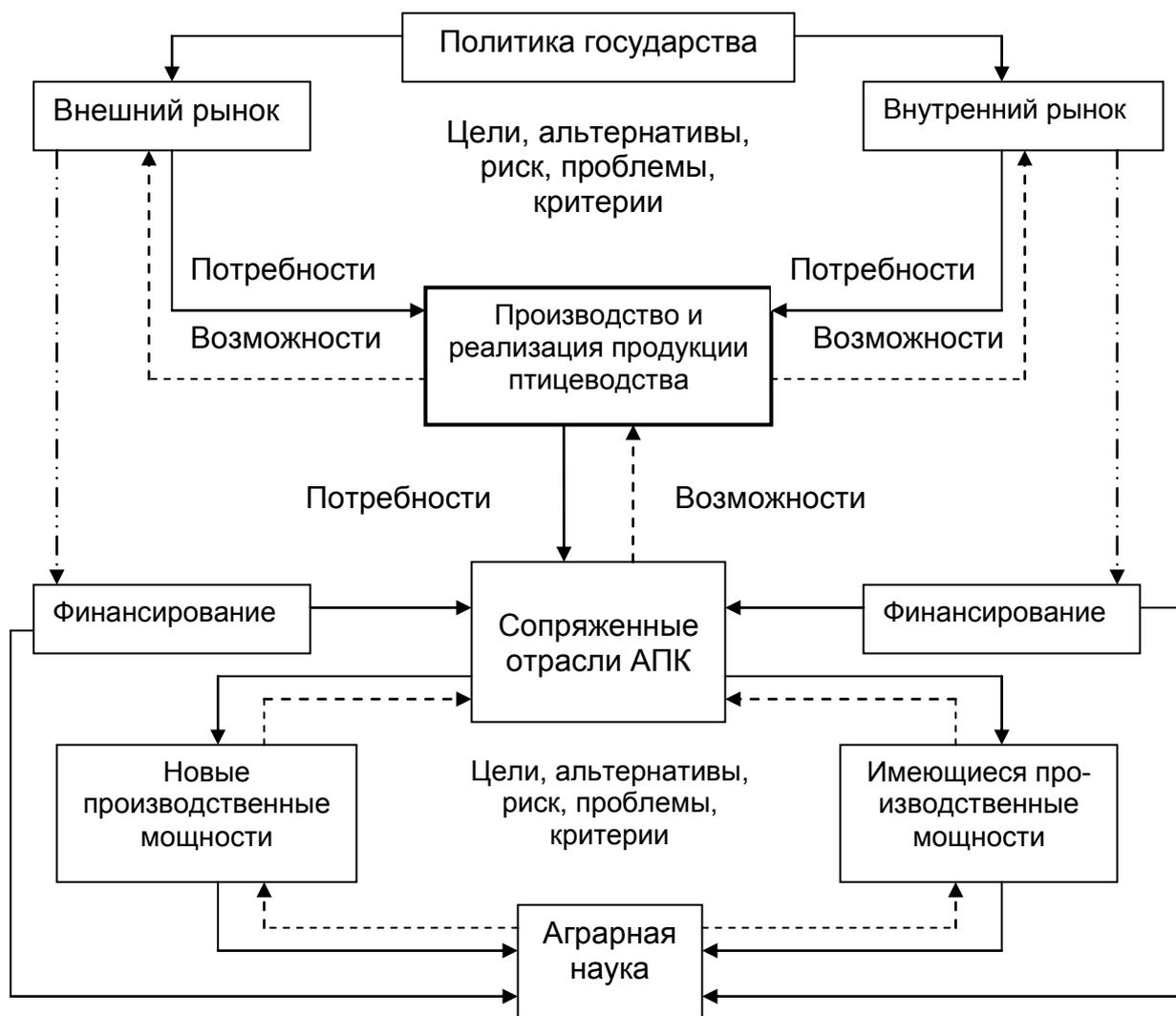


Рис. 21. Модель сценария анализа и развития отрасли птицеводства

Опыт прогнозирования АПК на различных уровнях управления показывает, что такие расчеты многовариантны, требуют больших объемов вычислений, вследствие чего возникла необходимость применения экономико-математических методов, ЭВМ и формирования информационно-вычислительных систем. Поэтому существует необходимость в разработке единой концепции моделей развития АПК на различных уровнях. Вся эта система моделей должна быть ориентирована независимо от уровней прогнозирования на максимальный выход продукции высокого качества при наиболее оптимальном использовании планируемых (прогнозируемых) ресурсов.

При расчете прогнозных данных для сценария развития отрасли птицеводства предлагаем использовать статистические методы. В качестве основных факторов сценария, влияющих на раз-

витие отрасли птицеводства, могут быть выбраны следующие показатели: численность поголовья птицы, яйценоскость, производство яиц и мяса птицы во всех категориях хозяйств, производство и потребление яиц и мяса птицы на душу населения.

Учитывая характер анализируемых показателей отрасли птицеводства, наиболее эффективным представляется метод аналитического выравнивания рядов динамики по методу наименьших квадратов.

Аналитическое выравнивание можно рядов динамики можно производить в табличном процессоре Microsoft Excel, с использованием статистических программ STRAZ, Statistica 6.0 и др. Для прогнозируемых показателей рассматриваются пять видов функций: линейная, логарифмическая, полиномиальная, степенная, экспоненциальная. Выбор делается в пользу варианта, с коэффициентом детерминации наиболее приближенным к единице. Прогнозируемые показатели должны быть представлены за 15 лет, что повышает достоверность прогноза. Для повышения точности прогнозирования выполняется моделирование на основе корреляционного анализа.

Для прогнозирования развития птицеводства важное значение имеет прогнозирование спроса на продукцию. Оно необходимо для выработки экономической политики и принятия активных решений в области производства и сбыта продукции птицеводства [156].

Выбор метода прогнозирования зависит от цели прогноза, уровня детализации и наличия исходной информации. Прогнозы классифицируются по нескольким признакам: времени упреждения (существуют краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные); товарному признаку (выделяют прогнозы конкретных видов продукции, или отдельного ее вида и др.); по региональному признаку (прогнозы для отдельных потребителей, административных территорий, страны в целом). Выделяются группы прогнозов, основой которых являются экстраполяция, ряды динамики, коэффициенты эластичности спроса, цен товарного предложения, многофакторные регрессионные модели.

Необходимо отметить, что экстраполяционные модели дают хорошие результаты только на ближайшую (один-два года) перспективу.

При необходимости учета влияния важнейшего фактора на спрос прогнозирование осуществляется на основе однофакторной модели.

В переходный период экономики на рыночные отношения для усиления дифференциации доходов населения для прогнозирова-

ния используется, как правило, многофакторная регрессионная модель [180, 205].

Прогноз потребления и производства, разрабатываемого для рынка продукции птицеводства, будет менее обоснованным, если при оценке будущего спроса не учитывалась возможность его частичного удовлетворения путем импорта и поставок продукции на экспорт.

Прогнозирование объема продаж обычно производят с использованием методов математической статистики, применяя формулу гармоника Фурье. Завершает этап прогнозирования продукции птицеводства, как правило, прогноз цен на основе различных слагаемых издержек производства (расходов на электроэнергию, рабочую силу и др.).

Нами рассчитан прогноз производства яиц и мяса птицы в Брянской области на период до 2010 г. (табл. 55).

55. Прогноз производства яиц и мяса птицы в Брянской области

Виды продукции	Фактически произведено			Прогноз		
	1990 г.	2000 г.	2004 г.	2005 г.	2010 г.	2010 г. в % к 2004 г.
Яйца, млн. шт.	581	347	472	475	480	102,0
Мясо птицы, тыс. т в убойной массе	11,8	6,5	7,0	7,5	8,7	124,2

Как показывают расчеты, к 2010 г. по сравнению с 2004 г. производство яиц возрастет на 2%, а мяса птицы – на 24,2%. Однако их производство в Брянской области будет расти более медленными темпами, чем в Российской Федерации и Центральном экономическом районе. Основная причина заключается в том, что птицеводческие предприятия области (кроме ООО «Птицефабрика «Снежка») имеют нестабильное финансовое положение, а область в целом является дотационной. В перспективе развитие отрасли птицеводства возможно на основе кооперации, интеграции и интенсификации производства яиц и мяса птицы. При этом первоочередное значение следует уделить упорядочению системы обеспечения птицеводческих, а также личных подсобных хозяйств населения и крестьянских (фермерских) хозяйств племенным молодняком птицы, совершенствованию организации материально-технического снабжения и реализации продукции.

Особая роль должна отводиться инкубаторно-птицеводческим станциям, которые при поддержке областного бюджета могут обеспечить ежегодную реализацию населению области 500 тыс. гол молодняка птицы. Однако реальные возможности увеличения производства продукции птицеводства в области и прежде всего яиц сосредоточены в крупных сельскохозяйственных предприятиях, объединениях и других интегрированных структурах, которые будут определять развитие производства яиц и мяса птицы, а также в основном формировать рынок птицеводческой продукции.

Для повышения продуктивности птицы целесообразно использовать преимущественно отечественные кроссы, созданные на основе имеющегося генофонда птицы яичного и мясного направления продуктивности, а также нового генетического материала.

Селекционную работу с курами яичных пород необходимо направить на создание линий и кроссов кур с высокой интенсивностью яйценоскости в течение 78 недель жизни. Работу по повышению производства мяса бройлеров следует вести в направлении снижения сроков откорма птицы, увеличения среднесуточных приростов, снижения расхода кормов на один килограмм живой массы, улучшения сохранности поголовья. При этом существенная роль в увеличении объемов производства яиц и мяса птицы должна принадлежать инвесторам, которые проявляют интерес к приобретению птицеводческих хозяйств.

На основании прогноза численности населения Брянской области, рациональных (медицинских) норм потребления продукции птицеводства был рассчитан сценарный прогноз потребления яиц и мяса птицы в регионе на период с 2008 по 2010 гг. (табл. 56).

56. Сценарный прогноз потребления яиц и мяса птицы в Брянской области

Варианты прогноза	Численность населения, тыс. чел.	Потребление яиц по рациональным нормам, млн. шт.	Прогноз потребления яиц на уровне 2004 г., млн. шт.	Прогноз потребления мяса птицы по рациональным нормам, тыс. т	Прогноз потребления мяса птицы на уровне 2004 г., тыс. т
2008 г.					
Реалистический прогноз	1380	403,0	281,6	20,7	17,9
Пессимистический прогноз	1368	399,5	279,1	20,5	17,8
Оптимистический прогноз	1392	406,5	283,9	20,9	18,1

2009 г.					
Реалистический прогноз	1372	400,6	279,9	20,6	17,8
Пессимистический прогноз	1360	397,1	277,4	20,4	17,7
Оптимистический прогноз	1384	404,1	282,3	20,8	17,9
2010 г.					
Реалистический прогноз	1362	397,7	277,8	20,4	17,7
Пессимистический прогноз	1350	394,1	275,9	20,2	17,6
Оптимистический прогноз	1374	401,2	280,3	20,6	17,9

Посредством применения модели комплексного делового анализа PIMS (Profit Impact of Marketing Strategy – «Воздействие на прибыль маркетинговой стратегии») в работе были выделены факторы, оказывающие наибольшее влияние на прибыль от производства и реализации яиц. Данная методика является наиболее адекватной, так как ее применение позволяет повысить эффективность выбора основных факторов при формировании общей маркетинговой стратегии. На основе полученных результатов могут приниматься решения, способствующие не только формированию общей стратегии группы предприятий, но и выработке решений о выборочных инвестициях внутри группы, что было реализовано применительно для птицефабрик яичного направления Брянской области.

Общий вид целевых функций экономико-математической модели имеет следующий вид:

$$C = f(x_1, x_2, \dots, x_n) - \max \quad (4)$$

где C – целевая функция;

x_1, x_2, \dots, x_n – факторы, определяющие целевую функцию.

В качестве критерия оптимальности (целевой функции C) принято изменение рентабельности производства и реализации яиц.

С целью отображения наиболее важных закономерностей экспертным путём за период с 2000 по 2004 гг. были определены факторы, оказывающие влияние на целевую функцию (табл. 57). Для каждого из предприятий были рассчитаны коэффициенты парной корреляции, показывающие степень взаимосвязи между целевой функцией (уровнем рентабельности) и факторами, оказывающими на неё влияние.

57. Факторы, оказывающие наибольшее влияние на целевую функцию

№ п/п	Факторы
1	Товарность яиц, %
2	Темпы роста объема продаж яиц, %
3	Темпы роста цены реализации 1000 шт. яиц, %
4	Темпы роста яйценоскости кур-несушек, %
5	Изменение соотношения заёмных и собственных средств, пунктов
6	Темпы роста (снижения) затрат труда на 1000 шт. яиц, %
7	Темпы роста производительности труда, %
8	Темпы роста производственной себестоимости 1000 шт. яиц, %
9	Относительная доля рынка, занимаемая данным предприятием, %
10	Изменение процентной доли рынка яиц, пунктов

Основываясь на анализе полученных данных, были отобраны по 2 приоритетных фактора (имеющих наибольшее значение коэффициента корреляции) для каждого предприятия (табл. 58).

Для определения степени влияния факторов на целевую функцию было решено уравнение регрессионного анализа типа:

$$R_{отн} = f(x, y), \quad (5)$$

где x, y – скомпонованная пара факторов;

x – один из приоритетных факторов;

y – один из факторов, влияющих на целевую функцию.

58. Приоритетные факторы при производстве яиц в птицефабриках Брянской области

Наименование птицефабрики	№ фактора	Приоритетные факторы
ООО «Птицефабрика Снежка»	5	Изменение соотношения заёмных и собственных средств
	6	Темпы роста (снижения) затрат труда на 1000 шт. яиц
ООО «Победа-Агро»	9	Относительная доля рынка, занимаемая данным предприятием
	10	Изменение процентной доли рынка яиц, пунктов
СПК «Зимницкий»	2	Темпы роста объема продаж яиц
	9	Относительная доля рынка, занимаемая данным предприятием
СПК Агрофирма «Орловский»	9	Относительная доля рынка, занимаемая данным предприятием
	10	Изменение процентной доли рынка яиц

Построение уравнений показывает зависимость между рентабельностью производства и реализацией яиц и двумя переменными. В действительности она зависит одновременно и от других переменных. В связи с этим выводы делаются в предположении равенства и постоянства всех других факторов, кроме рассматриваемых в данном уравнении.

Приоритетными были противопоставлены влияющие факторы. Для каждого предприятия составлены две группы пар: поочередно все влияющие факторы в сочетании с одним из двух приоритетных факторов отдельной птицефабрики.

Учитывая, что поставленная задача не предполагает установления закономерностей качественного изменения функции при изменении аргументов, а сводится лишь к оценке качественной взаимосвязи между ними, то все экономико-математические модели имеют следующий вид:

$$R_{отн} = a_0 + a_1 x + a_2 y + a_3 x y + a_4 x^2 + a_5 y^2, \quad (6)$$

где x , y – представленные в таблице 43 факторы; x – приоритетные; y – влияющие; $a_0, a_1, a_2, a_3, a_4, a_5$ – коэффициенты уравнения регрессии.

В результате решения уравнений множественной математической регрессии получены значения коэффициентов множественной детерминации, показывающих степень влияния факторов на целевую функцию (табл. 59).

При этом отбираются только те факторы, коэффициенты множественной детерминации которых больше или равны 0,7. Приведенные в таблице 59 факторы являются определяющими при формировании стратегии маркетинга птицефабрик яичного направления в Брянской области. При этом при формировании стратегии маркетинга каждому предприятию наибольшее внимание следует уделять приоритетным факторам. Например, ООО «Птицефабрика «Снежка» должна снижать долю заёмных средств и затраты труда на 1000 шт. яиц; ООО «Победа-Агро» – увеличивать процентную долю рынка и повышать темпы её роста.

Таким образом, на основании проведенного анализа следует сделать вывод, что для птицефабрик яичного направления Брянской области существует шесть приоритетных параметров:

1. Относительная доля рынка (3 предприятия);
2. Изменение процентной доли рынка (2 предприятия);
3. Темпы роста объёма продаж яиц (1 предприятие);

4. Изменение соотношения заёмных и собственных средств (1 предприятие);

5. Темпы роста (снижения) затрат труда на 1000 шт. яиц (1 предприятие).

59. Отсортированные значения коэффициентов множественной детерминации факторов, влияющих на эффективность производства яиц

Наименование птицефабрики	Приоритетные факторы	Влияющие факторы и их значение					
ООО «Птицефабрика «Снежка»	5	3	7	8			
	значения:	0,921	0,935	0,844			
	6	3	7				
ООО «Победа-Агро»	значения:	0,970	0,996				
	9	2	3	5	6	7	8
	значения:	0,993	0,992	0,941	0,952	0,993	0,975
СПК «Зимницкий»	10	1	2	5			
	значения:	0,993	0,826	0,802			
	2	1	3				
СПК Агрофирма «Орловский»	значения:	0,794	0,996				
	9	4	5	8			
	значения:	0,996	0,750	0,940			
СПК Агрофирма «Орловский»	9	2	3	7			
	значения:	0,967	0,956	0,997			
	10	4	8				
	значения:	0,733	0,860				

Предложенная методика формирования стратегии маркетинга позволяет оценить степень зависимости целевой функции предприятия от рассматриваемых факторов. В таблице 60 приводится среднее значение коэффициентов множественной детерминации для каждой птицефабрики, которые и определяют степень зависимости изменения рентабельности производства и реализации яиц от влияющих факторов. Применительно к предприятиям в рамках анализа модели PIMS они показывают, насколько эффективны будут рекомендации от использования предложенной модели для каждой из птицефабрик. Приведенные данные свидетельствуют о том, что за исследуемый период все птицефабрики яичного направления повысили рентабельность производства и реализации яиц. Причем лидером в группе по среднегодовому приросту рентабельности является ООО «Птицефабрика Снежка» (1,44 процентных пункта). Средняя степень зависимости целевой функции от влияющих факторов, полученная в результате вычисления среднего значения коэффициентов множественной детерминации по всем факторам, по-

казывает, насколько действенны для каждого предприятия будут меры, предложенные на основе использования результатов модели.

Произведенное ранжирование степеней зависимости целевой функции от влияющих факторов позволило выявить, что низкая степень зависимости находится в пределах от 0 до 0,7, средняя – от 0,7 до 0,9, а высокая – от 0,9 до 1,0.

60. Значения изменения целевой функции и степени ее зависимости от приоритетных факторов

Наименование птицефабрики	Относительное изменение целевой функции за период, процентных пунктов	Среднегодовое изменение целевой функции, процентных пунктов	Средняя степень зависимости целевой функции от влияющих факторов
ООО «Птицефабрика Снежка»	7,2	1,44	0,9332
СПК «Рассвет»	-12,5	-2,50	0,8812
ООО «Победа-Агро»	6,8	1,76	0,9408
СПК «Зимницкий»	4,1	0,82	0,8337
СПК Агрофирма «Орловский»	3,2	0,64	0,8170

Из данных таблицы 61 можно сделать вывод о том, что наиболее вероятно улучшение показателей динамики развития производства в результате использования рекомендаций произойдет в ООО «Победа-Агро» и ООО «Птицефабрика «Снежка». В отношении предприятий СПК «Рассвет», СПК «Зимницкий», СПК Агрофирма «Орловский» вероятность улучшения показателей рентабельности реализации яиц в результате применения рекомендуемых мероприятий ниже. В целом предложенные рекомендации улучшат экономическое положение птицефабрик яичного направления в области.

Для повышения эффективности сбытовой деятельности предприятий необходимо также внедрение следующих мероприятий [34, 35]:

- рост прибыли за счет увеличения товарной массы продукции на основе вовлечения в производство неиспользованных резервов;
- совершенствование товарного ассортимента путем расширения продукции переработки;
- увеличение прибыли за счет обработки перспективных сегментов рынка;
- создание служб маркетинга.

61. Ранжирование птицеводческих предприятий Брянской области по значению степени зависимости целевой функции от влияющих факторов

Наименование птицефабрики	Степень зависимости	Значение показателя
—	низкая	до 0,7
СПК «Зимницкий» СПК Агрофирма «Орловский»	средняя	от 0,7 до 0,9
ООО «Победа-Агро» ООО «Птицефабрика Снежка»	высокая	от 0,9 до 1,0

Для достижения более высоких производственных показателей, обеспечения конкурентоспособности птицеводства и ведения расширенного воспроизводства необходимо предусмотреть комплексный подход к решению проблем повышения эффективности использования техники, усовершенствования технологий производства и сбыта продукции птицеводства на основе маркетингового подхода. Для этого нами выделены следующие факторы повышения конкурентоспособности птицеводческих предприятий:

совершенствование породного состава кур-несушек яичного направления и породного состава кур мясных пород;

снижение на 15-18% расхода кормов на единицу продукции;

обеспечение полнорационной сбалансированности кормов на заданную продуктивность птицы;

повышение сохранности поголовья птицы за счёт использования современных лекарственных препаратов и витаминов; коренное техническое перевооружение отрасли; переработка 70% производимой продукции; упаковка продукции в фирменном стиле; реконструкция убойного цеха. Все эти факторы учитывались при разработке прогноза развития в ведущем птицеводческом предприятии Брянской области ООО «Птицефабрика «Снежка» на период до 2010 г. (табл. 62).

62. Производство яиц и мяса птицы в ООО «Птицефабрика «Снежка» на перспективу

Показатели	2006 г.	2008 г.	2010 г. (прогноз)	2010 г. в % к 2006 г.
Среднегодовое поголовье кур, тыс. гол.	570	572	576	101,0
Яйценоскость, шт.	301	305	305	101,3
Производство яиц, млн. шт.	172	174	176	103,0

Продолжение таблицы 62

Производство мяса, т	3520	3527	3535	100,4
Среднегодовое поголовье перепелов, тыс. гол.	40	41	42	105,0
Яйценоскость, шт.	280	283	285	101,9
Произведено яиц, млн.шт.	11,2	11,6	11,9	106,3
Производство мяса, т	10	11	11	110,0

За счет внедрения новых кроссов птицы, введения БМК и премиксов, сокращения падежа птицы, замены поточной системы поения птицы на ниппельную, скребковой системы навозоудаления на ленточную, перевода птицеводческих корпусов на отопление от газогенераторов в этом хозяйстве возможно будет получить прибыль в размере 27,5 млн. руб. Кроме того, в результате внедрения кросса «Хайсекс-браун» и применения импортных витаминно-минеральных премиксов продуктивность птицы можно увеличить на 13%, а качество продукции – на 29%. Все это будет способствовать увеличению продуктивности кур-несушек до 305 шт. яиц, росту среднесуточного прироста бройлеров до 42 г, позволит снизить расход кормов на единицу продукции на 15-18%, сократить падеж птицы на 5-7%, тем самым повысить конкурентоспособность продукции птицеводства.

В мясном птицеводстве среднесуточные приросты птицы за счет использования высокопродуктивных кроссов могут увеличиться на 14 г при снижении затрат корма на 0,5 ц корм. ед. на 1 ц привеса. Выход мяса птицы за счет повышения качества возрастет на 3% и составит 65% от живого веса. Объемы производства мяса бройлеров возрастут за счет введения в эксплуатацию новых птичников. Кроме того, на предприятии возможно осуществлять переработку 70% производимой продукции до готовых к употреблению изделий.

В экономической литературе практически не уделяется внимания прогнозированию объемов производства и сбыта продукции птицеводства личных подсобных хозяйств населения и крестьянских (фермерских) хозяйств. Доля производства последних в общем объеме производства продукции яичного птицеводства в Брянской области незначительна, но тем не менее, необходимо уделять внимание ЛПХ при разработке прогноза объемов производства отдельных видов продукции птицеводства.

Результаты проведенного нами исследования показали, что среди 200 владельцев ЛПХ Брянской области, попавших в случайную выборку, в 57% хозяйств содержат кур, в 18 – гусей, в 19 – уток и в 6% – индеек. В среднем на одно хозяйство приходится 15 кур, 12 гу-

сей, 8 уток, 6 индеек. При этом выяснилось, что 6% от общего числа владельцев ЛПХ готовы увеличить поголовье кур и довести его до 20 гол., 15% хотели бы расширить стадо гусей до 30 гол., а 11% увеличили бы поголовье уток до 13 гол., 9% владельцев хотели бы содержать 10 гол. индеек. В Брянской области насчитывается 176,7 тыс. личных подсобных хозяйств населения, в которых поголовье птицы составляет 2790 тыс. гол. В перспективе при создании необходимых условий для приобретения населением молодняка птицы поголовье кур может достигнуть 1670,1 тыс. гол., гусей – 527,4, уток – 556,7, индеек – 175,8 тыс. гол. В целом в хозяйствах населения поголовье птицы может увеличиться на 5% и достичь 2930 тыс. гол.

В результате опроса владельцев ЛПХ было установлено, что за год забивается до 30% кур, по 60% – гусей, уток и индеек. Исходя из этого, может быть забито: 501 тыс. гол. кур, 316,5 тыс. гол. гусей, 334 тыс. гол. уток, 105,5 тыс. гол. индеек. Анализ опросных анкет позволил получить информацию о среднем весе птицы при забое: кур – 1,7 кг, гусей – 3,9 кг, уток – 2,1 кг, индеек – 11,3 кг (в убойной массе). В связи с этим в перспективе ежегодно можно будет получать 3980 т мяса птицы.

В области 57% владельцев ЛПХ содержат кур. В перспективе поголовье кур и петухов в этой категории хозяйств составит 1670,1 тыс. гол. Установлено, что средняя яйценоскость кур на основании анкетных данных и опросов владельцев ЛПХ достигает 161 яйцо в год. В ЛПХ в среднем на 10 кур приходится 1 петух. Отсюда следует, что количество петухов составит 151,8 тыс. гол., а кур – 1518,3 тыс. гол. От этого количества кур можно получить 244,5 млн. шт. яиц (161 шт. х 1518,3 тыс. гол.)

Разработанный прогноз развития птицеводства в личных подсобных хозяйствах населения позволяет сделать вывод о том, что в перспективе они могут получить для реализации на областном рынке продукции птицеводства до 3980 т мяса птицы и 244,5 млн. шт. яиц. При этом товарность яиц может составить 62-75%, а мяса птицы – 68-77%.. При определении границ товарности учитывалось прогнозируемое производство яиц и мяса птицы в ЛПХ населения, их потребление сельскими жителями, содержащими птицу на уровне фактического потребления 2004 г. и рациональных норм потребления, а также безвозмездная передача продукции птицеводства владельцами ЛПХ, содержащими птицу, своим родственникам. Поскольку фактическое потребление яиц и мяса птицы было ниже рациональных норм, это позволило нам определить верхние границы товарности продукции птицеводства. С учётом потребления продукции птицеводства по рациональным нормам были определены нижние границы товарности яиц и мяса птицы.

Однако, увеличение производства и сбыта продукции птицеводства в ЛПХ станет реальным лишь при условии разработки специальной областной программы «Птицеводство», в рамках которой необходимо предусмотреть дотирование сельскохозяйственных предприятий и инкубаторно-птицеводческих станций. Развитие птицеводства в области позволит к 2010 г. полностью обеспечить ее население яйцами и 27% их объема производства реализовывать за пределы области. При условии интенсивного развития птицеводства в ЛПХ только за счет них можно будет в соответствии с рациональными нормами потребления обеспечить мясом птицы 78% населения области.

3.2. Организация интегрированных формирований на базе птицеводческих предприятий

В агропромышленном комплексе России наблюдается многообразие интегрированных структур, отличающихся между собой организационно – правовыми формами, составом участников, территориальным или отраслевым принципом построения.

Решая вопрос организационно – правовых форм хозяйствования, необходимо руководствоваться основополагающими принципами, выработанными аграрной наукой и практикой сельскохозяйственного производства:

- экономическая целесообразность и обоснованность тех или иных организационно-правовых форм хозяйствования, их организации или перехода на них;
- добровольность и возможность их выбора;
- демократический характер принятия основных нормативно-правовых документов;
- соответствие принятых решений действующему законодательству.

Создание нового интегрированного формирования должно вытекать из объективных предпосылок для этого, к которым следует отнести: многоотраслевой характер производства в системе; отсутствие целесообразности и возможности создания интенсивных технологий по производству отдельных видов продукции; наличие условий для эффективного функционирования избранной формы хозяйствования.

В Брянском районе Брянской области создано и функционирует предприятие интегрированного типа – ООО «Птицефабрика Снежка».

Как правило, процесс интеграции осуществляется поэтапно. На различных этапах ему присущи разные организационные формы, связи и социальные типы хозяйственных формирований. На

основе проведенных исследований авторами выявлены основные этапы становления и развития ООО «Птицефабрика Снежка», которые условно разделены на следующие этапы.

Первый этап. Для обеспечения населения Брянской области диетической продукцией – яйцом и мясом птицы – в 1975 г. была введена первая очередь птицефабрики «Снежка», история которой начинается с 1 февраля 1967 г. На основании постановления министерства сельского хозяйства РСФСР Брянским трестом «Птицепром» издан приказ об образовании птицесовхоза «Снежка» на базе учебно-опытного хозяйства совпартшколы и брянской инкубаторной станции. В феврале 1976 г. птицесовхоз «Снежка» реорганизован в птицефабрику. В 1978 г. было завершено строительство птицефабрики проектной мощностью 50 млн. штук яиц, 1000 т мяса птицы.

Второй этап. В марте 1981 г. к птицефабрики присоединили птицесовхоз Брянского района «Свердловский» (Молотино). В мае 1993 г. птицефабрика преобразуется в акционерное общество открытого типа, в июне 1996 г. перерегистрируется в открытое акционерное общество, которое занимается производством птицеводческой и другой сельскохозяйственной продукции, ее переработкой и торговлей, начинает осуществлять экспортно-импортные торговые операции с зарубежными странами. Уставной капитал АО «Снежка» формируется за счет добровольного объединения имущественных и земельных взносов граждан, которым были начислены паи. Учредителями АО «Снежка» стали все владельцы имущественных паев и земельных долей. Величина уставного капитала составила 30937 тыс. руб.

Третий этап. В январе 1995 г. реорганизуется ТОО КСХП «Новоселки» и входит в состав АО «Снежка», а в январе 1996 г. к нему присоединяется реорганизованный колхоз «Ленинец». В связи с этим возникла проблема дальнейшей реорганизации АО «Снежка», для чего была разработана программа и выбраны следующие приоритетные направления:

1. Сохранение экономической и территориальной целостности хозяйства.

2. Приведение в соответствие с законодательством организационно-правовых основ деятельности акционерного общества.

3. Обеспечение права собственности каждого акционера на землю и другие средства производства, как в настоящем, так и обозримом будущем [266].

В июне 1996 г. птицефабрика «Снежка» перерегистрируется в открытое акционерное общество (ОАО). В 1997 г. ОАО «Снежка» выкупает разорившееся предприятие Брянского района «Агропромэнерго».

Четвертый этап. В 2001 г. ОАО “Снежка” перерегистрируется в общество с ограниченной ответственностью (ООО) “Птицефабрика Снежка”. В 2001-2002 гг. ООО “Птицефабрика Снежка” создает еще два подразделения на базе разорившегося птицевосхоза “Родина” Навлинского района и совхоза “Жирятинский” Жирятинского района.

Модель создания интегрированного формирования приведена в таблице 63.

Данная модель предприятия интегрированного типа позволяет:

- объединить в единую систему производство, переработку и реализацию продукции с ориентацией на единый конечный результат;
- упростить процесс согласования интересов и взаимодействие между партнерами по всей цепочке;
- создать структуру, образующую основу хозяйственного управления агропромышленным производством;
- стабилизировать хозяйственные связи за счёт упрощения взаиморасчетов между предприятиями, связанными единой технологической цепочкой;
- упорядочить налогообложение;
- организовать на взаимовыгодной основе производственные связи между участниками по поставкам скота, кормов, зерна и т.д.;
- защитить интересы участников объединения перед другими субъектами рынка;
- сократить влияние посреднических структур на товаропроизводителей;
- улучшить производственно-техническое и материально-техническое обеспечение предприятий;
- выработать и осуществить ценовую стратегию и тактику участников интегрированного формирования;
- вовлечь в сферу производственной деятельности значительные трудовые ресурсы;
- содействовать развитию научно-технического прогресса в отрасли.

63. Модель создания интегрированного формирования на базе птицеводческого предприятия (на примере ООО “Птицефабрика Снежка”)

Основные этапы создания интегрированного формирования	Мероприятия, проводимые на каждом этапе
<p style="text-align: center;"><u>1 этап</u></p> <p>Обоснование целесообразности создания интегрированного формирования на базе птицеводческого предприятия</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Организационное собрание учредителей формирования. 2. Выбор вида деятельности и специализация формирования. 3. Изучение рынка сырья, определение объемов готовой продукции. 4. Расчет необходимых финансовых и материально – технических ресурсов на создание интегрированного формирования. 5. Расчет окупаемости затрат и эффективности производства.
<p style="text-align: center;"><u>2 этап</u></p> <p>Разработка организационно – управленческой структуры интегрированного формирования</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Варианты организационной структуры формирования. 2. Варианты структуры управления интегрированного формирования. 3. Расчет потребности в рабочих и специалистах. Разработка должностных инструкций работников.
<p style="text-align: center;"><u>3 этап</u></p> <p>Регулирование взаимоотношений внутри интегрированного формирования и принципы построения отношений с внешними субъектами рынка</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Основные положения, регулирующие внутренние взаимоотношения (учредительный договор, устав, бизнес-план). 2. Построение внешних взаимоотношений (учредительный договор, устав, бизнес – план) в соответствии с законодательными актами.
<p style="text-align: center;"><u>4 этап</u></p> <p>Учреждение (юридического статуса) интегрированного формирования и доработка его документов</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Регистрация формирования. 2. Первое общее собрание учредителей формирования.

В результате всех перечисленных мероприятий изменилась и организационная структура предприятия (рисунок 22).

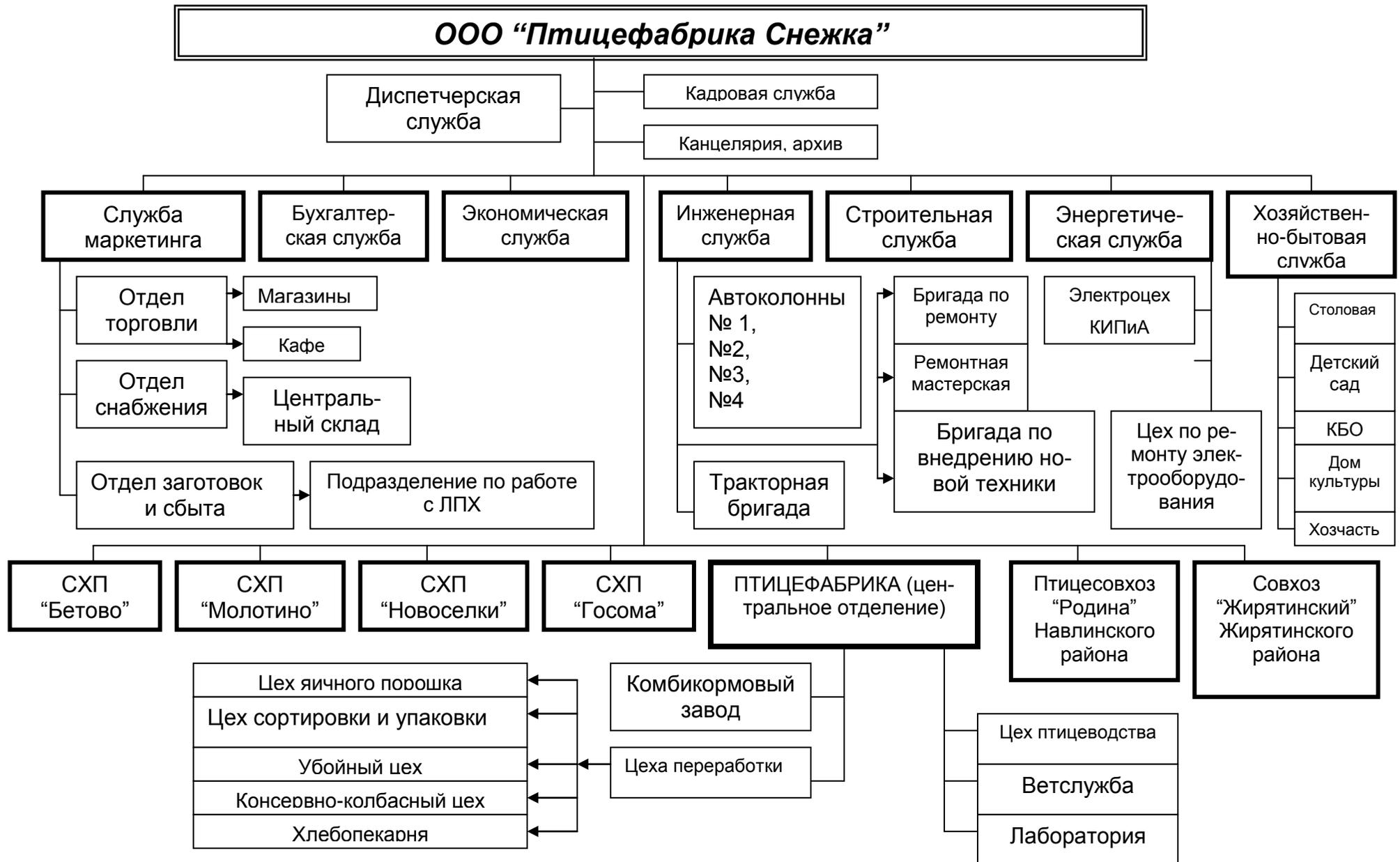


Рис. 22. Организационно-производственная структура интегрированного формирования ООО "Птицефабрика Снежка"

Основными видами деятельности интегрированного предприятия ООО «Птицефабрика Снежка» являются:

- производство и переработка мяса птицы, яиц и другой сельхозпродукции;
- реализация продукции собственного производства и сопутствующих товаров;
- торгово-закупочная, снабженческо-сбытовая деятельность;
- иные виды деятельности, не запрещенные действующим законодательством РФ.

• Данная модель предприятия интегрированного типа позволяет:

- объединить в единую систему производство, переработку и реализацию продукции с ориентацией на единый конечный результат;
- упростить процесс согласования интересов и взаимодействие между партнерами по всей цепочке;
- создать структуру, образующую основу хозяйственного управления агропромышленным производством;
- стабилизировать хозяйственные связи за счёт упрощения взаиморасчетов между предприятиями, связанными единой технологической цепочкой;
- упорядочить налогообложение;
- организовать на взаимовыгодной основе производственные связи между участниками по поставкам скота, кормов, зерна и т.д.;
- защитить интересы участников объединения перед другими субъектами рынка;
- сократить влияние посреднических структур на товаропроизводителей;
- улучшить производственно-техническое и материально-техническое обеспечение предприятий;
- выработать и осуществить ценовую стратегию и тактику участников интегрированного формирования;
- вовлечь в сферу производственной деятельности значительные трудовые ресурсы;
- содействовать развитию научно-технического прогресса в отрасли.

В условиях рыночной экономики создание и функционирование интегрированных формирований отличается определенной сложностью как организационного, так и социально – экономического характера. Многие аспекты деятельности этих объединений ещё нельзя признать оптимальными для всех участников интеграционных процессов.

Главной составляющей производственных (социально-экономических) отношений являются экономические.

В процессе жизнедеятельности людей они реализуются через отношения собственности, формирование и распределение доходов, участие в управлении. Такие отношения складываются на всех уровнях организации производства, труда и управления, начиная с единичных процессов, выполняемых на конкретных рабочих местах, и завершая внешними связями каждого отдельно взятого субъекта хозяйствования.

Экономические отношения следует рассматривать как определенную сторону производственных отношений, которая при установлении связей и взаимодействий в обязательном порядке предполагает затраты, а также формирование и распределение доходов, полученных в результате осуществления затрат. Эти основополагающие признаки экономических отношений практически проявляются при затратах труда, материально-технических ресурсов и денежных средств, а при получении и распределении доходов они предстают в форме валовой и чистой продукции, созданной в процессе производственно-хозяйственной деятельности.

Особенность экономических отношений в интегрированных формированиях заключается в том, что, во-первых, здесь в рамках единой организационной структуры осуществляются все этапы воспроизводительного процесса, во-вторых, они ориентированы на конечный результат производственного цикла, который проявляется при реализации продукции и в ходе распределения доходов.

Непременное условие высокой результативности освоения экономических отношений в интегрированных формированиях – соблюдение наиболее важных принципов их разработки и осуществления. К таковым можно отнести следующие:

Социальная направленность экономических отношений. Составляющими этого показателя являются производство и потребление продуктов питания в расчете на душу населения, размер и динамика доходов, жилищные условия, условия труда и быта, степень развития социальной инфраструктуры и возможность пользования ее объектами. К числу наиболее важных аспектов этого принципа следует отнести уровень совокупных доходов населения, размер которых, с одной стороны, должен в обязательном порядке обеспечивать средний прожиточный минимум, а с другой – повышать платежеспособный спрос, стимулируя тем самым рост производства и интерес к эффективному труду.

Оптимальное использование производственного потенциала. Основу производственного потенциала агропромышленного

комплекса составляют земля, основные и оборотные средства производства, трудовые ресурсы. Особое внимание следует уделять повышению эффективности использования земель и выработке конкретных мероприятий по преодолению сложившихся здесь негативных моментов.

Соблюдение интересов всех участников экономических отношений. Наиболее эффективное функционирование интегрированного формирования обеспечивается при постоянном соблюдении интересов всех его участников. Интересы как побудительные мотивы активизации деятельности их носителей – это движущая сила развития производства и совершенствования всех других сторон и моментов деятельности различных организационных форм хозяйствования.

Естественно, что интересы участников интегрированных объединений не всегда совпадают и нередко вступают в противоречия. Экономическая заинтересованность отдельных личностей и их морально-психологическая удовлетворенность далеко не всегда находятся в гармонии с интересами трудовых коллективов, структурных подразделений и интегрированного формирования в целом. Поэтому в каждом конкретном случае необходимо выработать, постоянно регулировать и поддерживать баланс интересов между их основными носителями.

Прозрачность экономических отношений. Каждая отдельно взятая личность или любой из трудовых коллективов может творчески относиться к порученному делу лишь в том случае, если обладает знаниями об истинном состоянии хозяйствующего субъекта. В этой связи и необходимо неукоснительное соблюдение принципа прозрачности экономических отношений. Этот принцип означает не только доступность каждого участника интегрированного формирования ко всем информационным потокам формирования, но и систематическое обеспечение оперативными, статистическими и бухгалтерскими данными его работников и других участников. Обязательность соблюдения принципа прозрачности экономических отношений подтверждается и нередкими случаями злоупотребления руководителями и специалистами в том, что касается реальных показателей объемов производства и пропорций распределения валовой продукции, доходов и прибыли, объемов, каналов и цен реализации продукции (работ, услуг), размеров и статей отнесения затрат на определенные виды продукции.

Государственное регулирование экономических отношений. Государственное регулирование агропромышленного производства относится к мерам прочно устоявшегося порядка и остается объек-

тивно необходимым. С этой точки зрения госрегулирование – одно из основных требований, предпосылок и условий стабилизации последующего развития аграрной сферы.

Реализация экономических отношений осуществляется благодаря разработке и освоению экономического механизма, который направлен на рост объемов производства продукции (работ, услуг), на соблюдение режима экономии и активизацию предпринимательской деятельности руководителей и специалистов, структурных подразделений и хозрасчетных коллективов.

Экономический механизм хозяйствования интегрированного предприятия рассматривается как совокупность взаимосвязанных организационно-экономических методов и мер воздействия на хозрасчётные интересы предприятий-участников, обеспечивающие им согласованные действия и единую организационную направленность в продвижении продукта от производителя к потребителю, синхронность, пропорциональность, ритмичность и оптимальный режим работы всех звеньев единой технологической цепи интегрированного производства.

Обеспечение учета интересов предприятий является важнейшей задачей разработки экономического механизма развития и совершенствования методов хозяйствования интегрированной структуры. Исходя из этого положения для достижения единства целей предприятий интегрированного формирования необходимо не только учитывать интересы, но и обеспечивать их общность. Процесс согласования и обеспечения общности экономических интересов субъектов интеграции, осуществляющих свою деятельность на основе разделения труда и эквивалентного обмена составляет сущность экономического механизма хозяйствования интегрированного предприятия.

Оптимальное сочетание экономических интересов интегрируемых субъектов возможно при условии развития производственных отношений между ними. Производственное построение интегрированного формирования ООО «Птицефабрика Снежка» представляет собой объединение предприятий-субъектов, обеспечивающих в масштабе производственного объединения замкнутый цикл производства. Под замкнутым циклом производства продукции, по мнению диссертанта, следует понимать:

С *технологической* точки зрения – метод выполнения организационно-технологического варианта взаимосвязанных процессов, при котором предмет труда в течение всей смены переходит от одной стадии обработки (переработки) в другую непрерывно за исключением перерывов, обусловленных самой технологией производства.

С *технической* точки зрения замкнутый цикл производства продукции представляет собой набор согласованных по производительности машин, агрегатов, установок и других технических средств труда, расположенных в порядке выполнения операций.

С точки зрения *организации труда* – это метод выполнения организационно-технологического варианта взаимосвязанных процессов, при котором все технологические операции осуществляются непрерывно, а труд и техника используются рационально.

С *экономической* точки зрения – комплексную систему, объединяющую экономически взаимосвязанных участников агропромышленного производства и включающую все технологические процессы – от производства до переработки и реализации готовой к употреблению продукции. При этом главная задача состоит в обеспечении ориентации входящих в систему звеньев на достижение единой цели – производство сельскохозяйственного сырья и продуктов его переработки в необходимых объемах с минимальными затратами, не ущемляя при этом интересов каждого звена.

Организационно-хозяйственный механизм интегрированного формирования при внедрении замкнутого цикла производства осмыслен автором в виде следующей модели (рис. 23). Данный механизм интегрированного формирования может быть использован и другими птицеводческими предприятиями области.

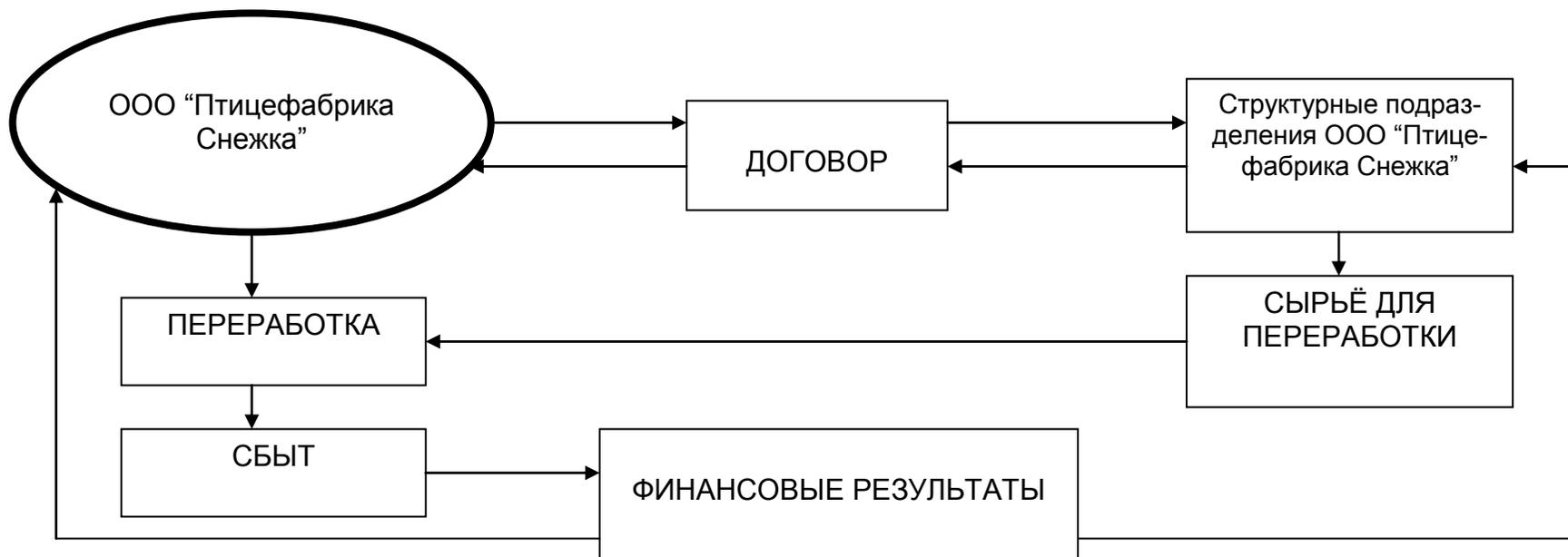


Рис. 23. Организационно – хозяйственная модель интегрированного формирования при внедрении замкнутого цикла производства

С целью активизации процесса интеграции целесообразно разработать “Программу интеграции в отрасли птицеводства Брянской области”, которая будет включать следующие организационно-экономические и финансовые мероприятия:

проведение группировки птицеводческих предприятий с целью разделения их по уровню дееспособности: экономически мощные предприятия; достаточно финансово дееспособные хозяйства; хозяйства, дееспособность которых в качестве юридических лиц может быть сохранена только при условии интеграции с инвестором; хозяйства, нуждающиеся в интеграции с предприятием, являющимися инвесторами, на условиях осуществления внешнего управления;

проведение анализа функционирования несельскохозяйственных предприятий системы АПК, с целью определения возможности их участия в реализации вертикальной интеграции;

выбор наиболее финансово устойчивых предприятий (потенциальных интеграторов) вне АПК по уровню их способности содействовать росту консолидированного бюджета и решению социальных проблем региона, разделив их на две группы: предприятия, инвестирующие дееспособные сельскохозяйственные предприятия на основе отношений товарного кредита; предприятия, инвестирующие сельскохозяйственное производство на основе регламентации хозяйственной деятельности в АПК;

разработку примерных положений о порядке и об условиях интеграции предприятий на основе принципов добровольности, взаимовыгодности, роста объемов производства валового регионального продукта и доходов консолидированного бюджета, оптимального решения социальных проблем;

организация производственных связей предприятий – это процесс согласования их действий, направленный на удовлетворение требований организационно-технологических решений для продвижения сырья или готового продукта между звеньями технологической цепи интегрированного формирования.

Производственные связи интегрированного формирования целесообразно рассматривать как:

1. *Внешние производственные связи*, которые складываются между субъектами объединения и внешними партнерами (поставщиками сырья и потребителями готовой продукции) (рис. 24);

2. *Внутренние производственные связи*, которые складываются между субъектами интегрируемой системы (рис. 25).

При установлении производственных связей необходимо исходить из того, что субъекты интегрированного формирования находятся в едином технологическом цикле производства, переработки и реализации продукции.

Производственные связи рассматриваются в целом как система, с одной стороны, и конкретные каналы продвижения сырья и продуктов от производителя к потребителю, с другой стороны. Поэтому для принятия конкретных решений следует производственные связи устанавливать и совершенствовать относительно каждого субъекта интегрированного формирования. Производственные связи между структурными подразделениями должны обеспечивать пропорциональность и сбалансированность функционирования сторон и организационно-экономические условия продвижения продукции от производителя к потребителю

Основными направлениями развития производственных связей является расширение сферы поставок сырья и рынка сбыта готовой продукции.

Первое направление должно стимулироваться за счет обеспечения поставщиков сырья комбикормом и встречными поставками продукции для переработки. Второе направление – расширение торговой сети за счет ввода дополнительных торговых площадей собственных (фирменных) магазинов.

Производственные связи между подразделениями должны строиться на основе утвержденной производственной программы, сроков поставки, порядка приемки и определения качества продукции. Одним из важных поставщиком сырья для интегрированного формирования могут стать личные подсобные хозяйства населения. Ныне этот сектор играет существенную роль не только в обеспечении продовольствием домохозяйств, но и в пополнении сельхозпродукцией местных рынков, особенно в районных центрах. В 2007 г. уровень самообеспечения населения Брянской области картофелем составил 95%, овощами – 91%, мясом и мясопродуктами – 54%, молоком и молокопродуктами – 76%, яйцами – 49%. В хозяйствах населения концентрируется основное производство наиболее трудоемких продуктов питания: 92% картофеля, 87% овощей, и 76% мяса. По материалам обследования ряда учёных [307] в расчете на одно ЛПХ потребительского типа произведено валовой продукции на 50 тыс. руб., а в товарно-потребительских ЛПХ получено 150 тыс. руб. денежной выручки. Только пятая часть ЛПХ постоянно реализует продукцию по различным каналам. При этом товарность произведенной в ЛПХ продукции довольно низка, всего около 10%, хотя по отдельным видам продукции в конкретных хозяйствах населения и достигает более значительных величин [239].

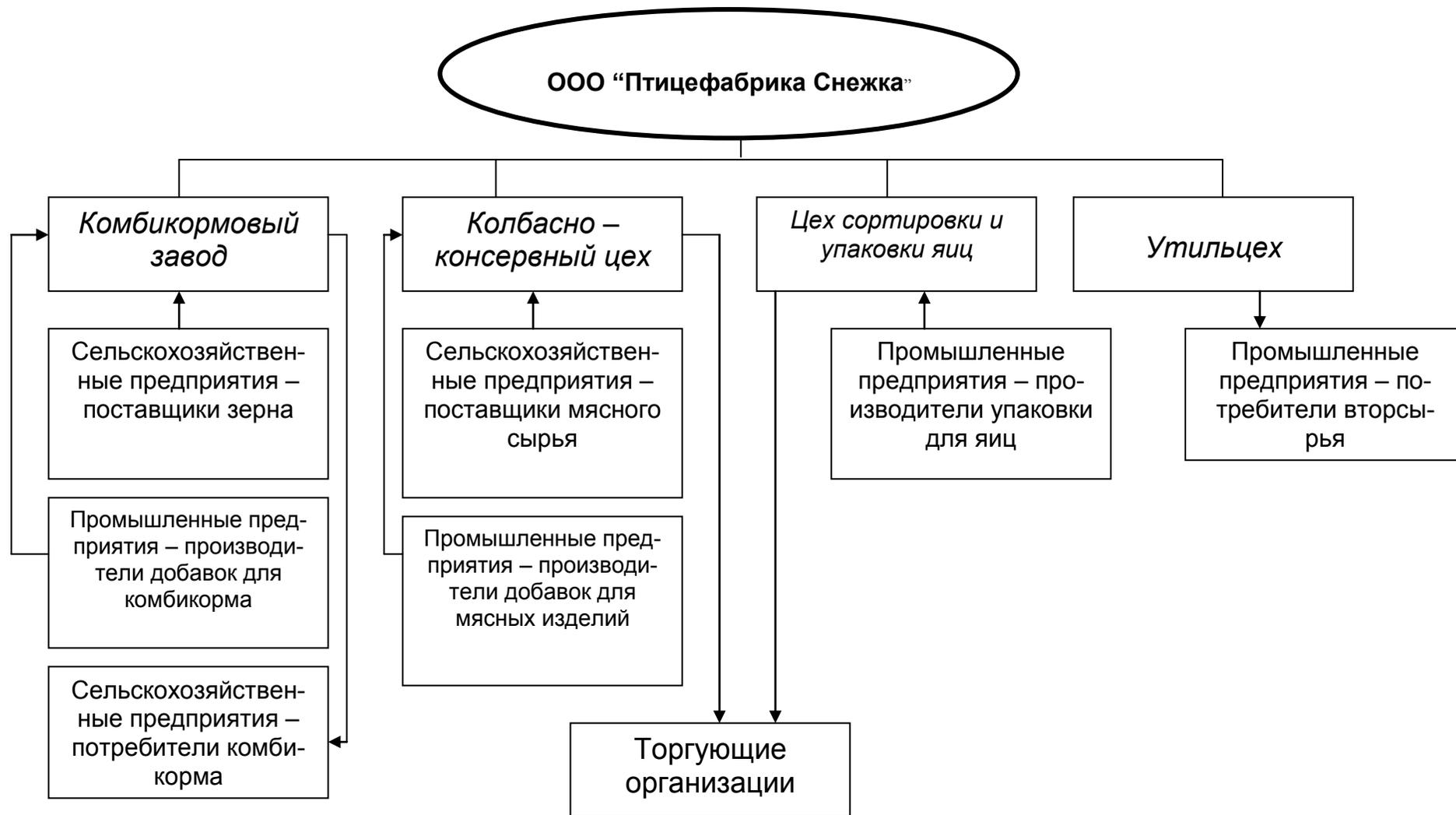


Рис. 24. Внешние производственные связи ООО "Птицефабрика Снежка"

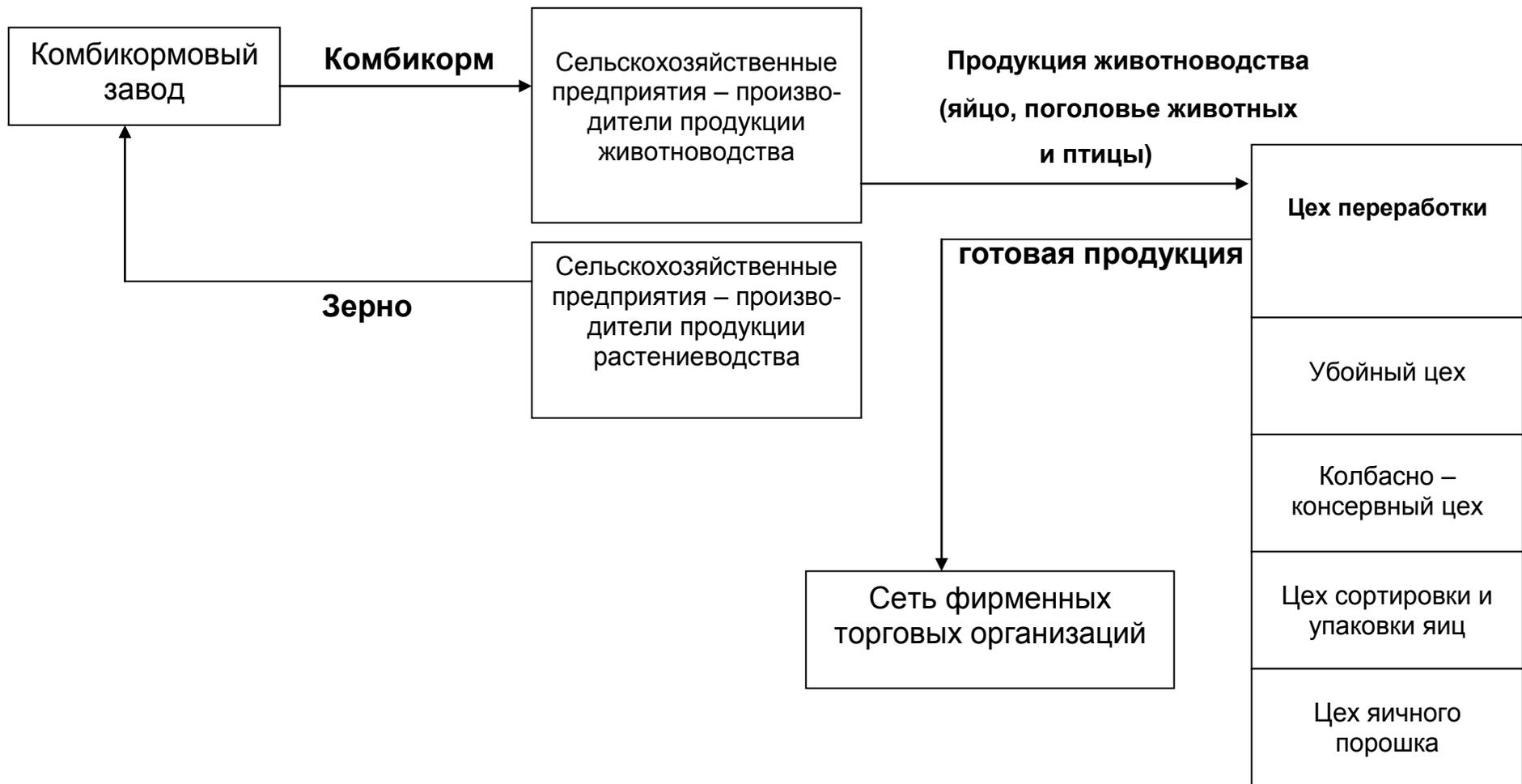


Рис. 25. Внутренние производственные связи ООО "Птицефабрика Снежка"

Основным препятствием на пути повышения товарности произведенной в ЛПХ продукции является отсутствие надежных и стабильных каналов ее реализации, которые обеспечивали бы владельцам выгодные условия. Даже близость местных рынков не гарантирует выгодность реализации продукции на них из-за их малой ёмкости. Большинство же хозяйств населения находится за пределами таких рынков и поэтому лишены возможности хоть какой-то продажи своей продукции. Действовавшая ранее система закупок продукции у населения через потребкооперацию практически разрушена, другие формы организованного сбора продукции у населения либо слабо развиты, либо отсутствуют совсем.

Раньше помощь в реализации продукции ЛПХ оказывали сельхозпредприятия, принимая у них продукцию и реализуя её как свою, компенсируя свои затраты на эти цели за счёт получаемых от государства дотаций.

Теперь они сами находятся в затруднительном положении из-за разрушения системы государственных закупок и отсутствия дотаций, что вынуждает их самих искать более выгодные рынки сбыта продукции, чтобы хоть как-то поправить свое финансовое положение.

Самостоятельная деятельность перерабатывающих предприятий по закупке продукции у населения тоже носит ограниченный характер и не охватывает большую часть ЛПХ. Да и само население обращается к услугам перерабатывающих предприятий только в крайнем случае, так как они предлагают менее выгодные условия. Во-первых, в них действуют более низкие закупочные цены по сравнению с рыночными и, во-вторых, владельцев ЛПХ не устраивает порядок взаиморасчётов за сдаваемую продукцию, когда оплата за неё производится не сразу, а спустя определенный период времени. Большие задержки с расчетами за продукцию населения объясняются отсутствием у перерабатывающих предприятий необходимой величины оборотных средств.

В такой ситуации владельцы ЛПХ зачастую предпочитают пользоваться услугами случайных скупщиков их продукции, которые расплачиваются сразу и по более высоким ценам, продукцию забирают на месте, в отдельных случаях применяют авансирование, не требуют никаких справок и поэтому являются более привлекательными для населения.

Поэтому решение проблемы реализации продукции ЛПХ может стать основным стимулом роста производства и заготовок сельскохозяйственной продукции у населения, а также способствовать стабилизации сырьевой зоны и повышению загрузки мощностей перерабатывающих предприятий и, как следствие, повышению

эффективности производства в них. В результате увеличится налогооблагаемая база, и появятся дополнительные средства для выполнения мероприятий по социальной защите того же населения. По мнению диссертанта, ЛПХ нужно рассматривать как неотъемлемое звено в развитии интеграционных процессов, в том числе и в отрасли птицеводства. Вопрос в данном случае упирается в то, как заинтересовать владельцев ЛПХ реализовывать свою продукцию именно на перерабатывающие цеха, входящие в состав интегрированных формирований.

Интерес владельцев личных подсобных хозяйств может быть реализован по двум направлениям:

- через создание благоприятных условий сбора продукции по выгодным для населения ценам;
- выделение необходимых для развития подсобного хозяйства ресурсов и услуг;
- путём сочетания вышеперечисленных двух направлений.

Первое направление, наиболее полное, может быть реализовано перерабатывающими предприятиями – потребителями продукции, производимой в хозяйствах населения. Именно они устанавливают уровень закупочных цен и организуют сбор продукции непосредственно у себя либо в местах ее производства.

Однако для них возможности маневра с закупочными ценами весьма затруднены из-за ограниченности спроса на готовую продукцию и отсутствия оборотных средств. Сложность заключается в том, что покупаемое сырьё должно пройти определенный цикл переработки и получения готовой продукции и, главное, ее реализации. Только после этого полученные средства от реализации готовой продукции возвращаются в оборотный фонд и могут быть использованы для расчетов за полученную от населения продукцию. Чем дольше цикл переработки и реализации готовой продукции, тем длиннее время ожидания расчетов за сырьё. Ограниченность оборотных средств не позволяет перерабатывающим предприятиям достойно соревноваться с конкурентами – заезжими скупщиками, которые имеют больше возможностей для повышения закупочных цен, так как реализуют покупаемую от населения продукцию в крупных промышленных городах по более высоким ценам, окупающим их затраты на закупку. Местные же перерабатывающие предприятия ограничены уровнем потребительского спроса готовой продукции.

Перерабатывающие предприятия могут привлечь продукцию населения созданием более удобных условий сбора продукции при одинаковом уровне закупочных цен, использованием для расчетов части произведенной готовой продукции, сокращением сроков вза-

иморасчетов за счет повышения качества готовой продукции и расширения рынков ее сбыта.

Второе направление реализуется с помощью сельскохозяйственных предприятий. Расширив круг легального поступления различных ресурсов в личные подсобные хозяйства (в счет оплаты за выращенную и сданную продукцию), можно, с одной стороны, перекрыть каналы нелегального их перераспределения и, с другой, создать стимул реализации продукции ЛПХ сельхозпредприятию и, тем самым, обеспечить благоприятные условия как для их развития, так и для укрепления экономики сельхозпредприятий. Однако в настоящее время закупать продукцию в личных подсобных хозяйствах сельхозпредприятию невыгодно, так как в условиях отсутствия дотационного механизма это приведет к увеличению его расходов по организации этих закупок и дополнительным проблемам по поиску каналов реализации. Сами сельхозпредприятия большую часть произведенной продукции реализуют не на перерабатывающие предприятия, а по другим (более выгодным) каналам.

По мнению авторов, наиболее полно интересы хозяйств населения могут быть реализованы лишь при условии сочетания этих двух направлений, ибо обеспечение ЛПХ ресурсами позволяет регулировать договорные цены на их продукцию в зависимости от оценки этих ресурсов. Но поскольку одно из условий (закупочные цены на продукцию) обеспечивается перерабатывающим предприятием, а другое (корма, молодняк, другие ресурсы) сельхозпредприятием, то цепочка необходимых взаимосвязей оказывается нарушенной.

Возможностями создания необходимых условий обладают интегрированные формирования замкнутого цикла, в составе которых имеются цеха по переработке продукции. Такие формирования имеют более широкое поле для маневра в решении вопросов регулирования договорных цен накупаемую продукцию и предоставления владельцам ЛПХ различных услуг в порядке взаиморасчетов за нее.

Сами по себе интегрированные формирования являются более устойчивыми производственными системами в условиях кризиса. Их устойчивость обеспечивается за счёт централизации имеющихся материальных и финансовых ресурсов и направления этих ресурсов в отрасли с более быстрой отдачей. Одним из таких направлений является закупка продукции у населения с целью увеличения загрузки производственных мощностей перерабатывающих цехов. При этом владелец ЛПХ имеет возможность выбора формы взаиморасчетов за свою продукцию, которая отвечала бы его интересам не только сиюминутного, но и перспективного характера.

Содержание экономического механизма взаимоотношений

личных подсобных хозяйств населения с предприятием интегрированного типа определяется способом их взаимодействия по поводу производства и реализации произведенной в ЛПХ сельскохозяйственной продукции. В зависимости от сложившихся условий взаимодействие между интегрированным формированием ЛПХ может осуществляться в широких пределах – от создания благоприятных условий реализации (организация закупок) излишков продукции ЛПХ на перерабатывающие цеха интегрированного формирования до стимулирования производства в них различных видов товарной продукции в необходимых объемах.

Разнообразие возможных способов взаимодействия интегрированного формирования с населением предопределяет использование различных форм экономических отношений между ними, базирующихся на сочетании интересов сторон.

Интересы владельцев личных подсобных хозяйств связаны с условиями производства и реализации произведенной в них продукции и поэтому зависят от собственных возможностей по производству сельскохозяйственной продукции в объемах, обеспечивающих им нормальный уровень жизни, так и от возможностей получения достаточной поддержки (стимулирования) для развития своего подворья именно в этих размерах. Поддержка может выражаться как в предоставлении необходимых для производства продукции ресурсов и услуг, так и в обеспечении гарантированного канала сбыта продукции по удовлетворяющим население ценам и условиям сбора продукции.

Интерес интегрированного формирования связан с необходимостью повышения эффективности всех отраслей производства, в первую очередь, перерабатывающих, способных дать быструю отдачу за счет повышения загрузки их производственных мощностей. Поэтому, оказывая поддержку личным подсобным хозяйствам и привлекая их продукцию выгодными условиями реализации, интегрированное формирование получает дополнительный источник поступления сырья на свои перерабатывающие цеха и за счет этого имеет возможность расширять производство готовой продукции и повышать его эффективность, получать дополнительную прибыль.

Отсюда экономический механизм взаимоотношений личных подсобных хозяйств с интегрированным формированием представляет собой механизм реализации интересов субъектов интеграции, основанный на взаимовыгодном сотрудничестве.

Интеграционные связи производственных подразделений интегрированного формирования с личными подсобными хозяйствами населения, по мнению автора диссертации, можно представить в виде следующей модели (рис. 26).

На рисунке 26 показано, что ресурсы сельхозпредприятий выделяются непосредственно владельцам ЛПХ, которые в большинстве своем являются их работниками или проживают на землях той же сельской администрации (бывшие работники или пенсионеры). Готовая продукция перерабатывающих цехов используется в качестве платежного средства. Оплата наличными за оставшуюся часть продукции осуществляется, как показано на схеме, непосредственно ООО «Птицефабрика Снежка».

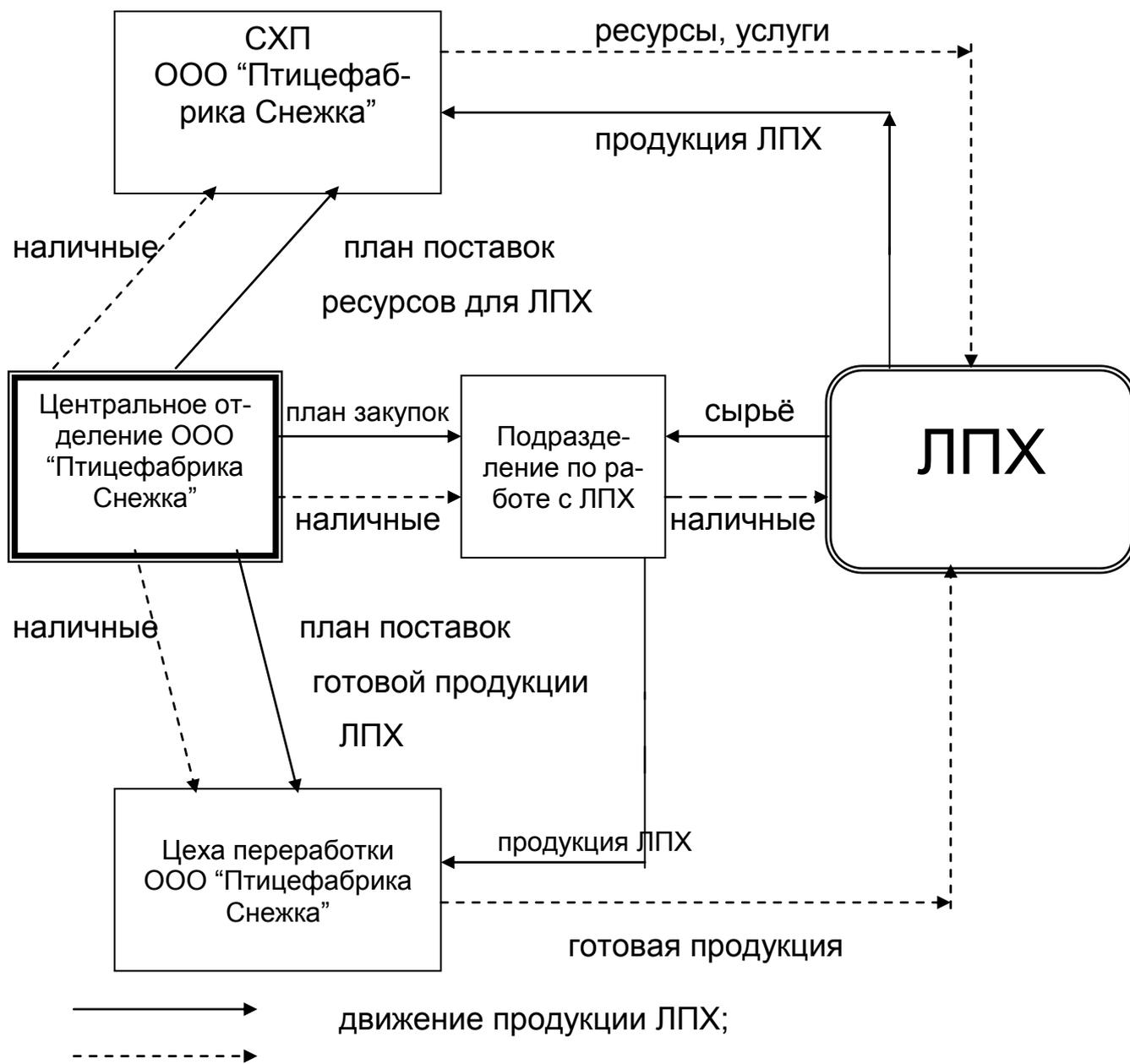


Рис. 26. Модель интеграционных связей подразделения по работе с населением, с производственными подразделениями ООО «Птицефабрика Снежка»

Взаимовыгодность сотрудничества реализуется, прежде всего, через ценовой механизм, включающий как цены на продукцию ЛПХ, так и цены на предоставляемые ему интегрированным формированием ресурсы и услуги.

Примерный расчет соотношения цен на выделяемые ЛПХ ресурсы и получаемую взамен продукцию, выполненный на основе данных сельхозпредприятий ООО «Птицефабрика Снежка» о количестве выделенных работникам ресурсов, показывает, что договорные цены на продукцию ЛПХ ниже рыночных цен на зерно на 40%, на скот на 31%. (табл. 64). Рыночные цены на зерно и на молодняк скота намного выше их стоимости производства, поэтому ЛПХ выгоднее сотрудничать с сельхозпредприятием и приобретать ресурсы по договорным ценам.

64. Примерный расчет соотношения цен на выделенные ЛПХ ресурсы и закупаемую продукцию

Показатели	Выделяемые ресурсы		
	зерно	скот, живой вес	всего
1. Выделено работникам в 2007 г. – всего, т.	13,56	8,4	-
2. Стоимость единицы выделенных ресурсов, руб./т.	2031,3	4425,36	-
3. Средняя цена реализации ресурсов на рынке, руб./т.	4000	7531,42	-
4. Расчетная договорная цена, руб./т. (с.2+НДС)	2396,9	5221,9	-
5. Стоимость выделенных ресурсов, тыс. руб.:			
по договорным ценам	32,5	43,9	76,4
по рыночным	54,2	63,3	117,5
6. Доля снижения договорной цены по сравнению с рыночной, %	40	31	35

Второй аспект проблемы предоставления ресурсов владельцам ЛПХ заключается в форме и порядке предоставления этих ресурсов. Здесь возможны разные варианты: выделение ресурсов работникам в счет оплаты труда; выделение ресурсов в виде аванса по договорным ценам с последующим его возвратом выращенной продукцией; непосредственный товарообмен в момент реализации продукции.

Любой из используемых вариантов базируется на принципе возвратности предоставленных владельцам ЛПХ ресурсов и услуг.

Оказание поддержки в ведении ЛПХ, прежде всего, своим работникам на возмездной основе является тем направлением, которое способствует укреплению не только личных подсобных хозяйств, но и

сельскохозяйственных предприятий и перерабатывающих цехов интегрированного формирования. При этом владельцы ЛПХ получают возможность гарантированного сбыта своей продукции.

Большое значение для населения имеет и предлагаемый способ организации (место, сроки) взаиморасчетов за реализуемую предприятию продукцию. Расчеты за продукцию ЛПХ могут осуществляться на месте её сбора (на подворье) после оформления всех необходимых документов (накладных), в специальных пунктах сбора продукции, через кассу интегрированного формирования.

Одним из способов организации расчетов за продукцию ЛПХ, на наш взгляд, может стать вариант, при котором расчеты осуществляются через кассу сельской администрации. В этом случае структурное подразделение интегрированного формирования подает сведения в сельскую администрацию о задолженности интегрированного формирования населению за полученную продукцию, а затем интегрированное формирование перечисляет сумму задолженности на счет сельской администрации. Такой вариант потребует от интегрированного формирования дополнительных затрат на оплату услуг сельской администрации, но они могут окупиться за счет привлечения администрации к агитации населения по его сотрудничеству с интегрированным формированием.

Разнообразие условий взаимодействия с населением, реализация продукции которых обеспечит рост объемов закупаемого сырья для перерабатывающих предприятий на выгодной основе, предопределяет и использование различных форм договоров. Любая форма приемлема, если она отвечает интересам и владельцев ЛПХ, и интегрированного формирования и не влечет за собой лишних дополнительных затрат, а способствует повышению эффективности производства как на подворье, так и на предприятиях интегрированного формирования, то есть позволяет использовать преимущества интеграции.

В дальнейшем считаем целесообразным создание структурного подразделения по работе с населением на ООО «Птицефабрика Снежжа». Цель создания данного подразделения – привлечение сельскохозяйственной продукции, производимой в ЛПХ населения в качестве дополнительного сырья для перерабатывающих цехов данного интегрированного формирования. Главная задача структурного подразделения по работе с населением – обследование подворий с целью выявления возможностей населения для увеличения производства товарной продукции нужных ООО «Птицефабрика Снежжа» видов и объемов и заключения договоров с ними.

В заключении следует отметить, что процесс организации

производственных связей в интегрированном формировании должен носить творческий характер и обеспечивать нужный выпуск продукции именно к тем моментам времени, когда, как ожидается потребительский спрос вступит в силу. При этом между подразделениями и отдельными членами коллективов требуется обеспечить эквивалентный обмен результатов деятельности. Без этого невозможно добиться единства интересов предприятия, его подразделений, отдельных работников. Эти требования выполняет внутрихозяйственный расчет, регулирующий производственные и экономические отношения на предприятии.

Для решения задач, связанных с определением оптимальной производственно-отраслевой структуры интегрированного формирования, улучшения производственных внутрихозяйственных связей, уменьшения риска возникновения экономических убытков целесообразно использовать экономико-математическое моделирование [220].

Данная модель может решаться по следующим локальным критериям:

минимизация материально-денежных затрат на производство продукции в заданных объемах;

максимизация валовой, товарной продукции сельского хозяйства или чистого дохода (прибыли) от ее реализации.

Мы в своих расчетах будем исходить из необходимости получения по предприятию максимума чистого дохода.

Структурная экономико-математическая модель оптимизации производственно-отраслевой структуры интегрированного формирования будет включать систему следующих ограничений:

Ограничения по производственным ресурсам

$$\sum_{j \in J} a_{ij} x_j \leq b_i \quad (i \in I_1), \quad (7)$$

где i – индекс ограничения;

I_1 – множество номеров ограничений по производственным ресурсам;

j – индекс переменной;

J – множество номеров переменных, обозначающих кормовые и товарные культуры, угодья, поголовье сельскохозяйственных животных;

x_j – переменные, обозначающие размеры посевных площадей, угодий, поголовье сельскохозяйственных животных j -го вида;

a_{ij} – затраты i -го вида ресурса на единицу j -го вида переменной (отраслей растениеводства и животноводства). В частном случае $a_{ij}=1$

b_i – объем i -го вида ресурса

Ограничения по кормовым балансам

$$\sum_{j \in J_1} v_{ij} x_j + \sum_{j \in J_2} r_{ij} x_j \geq \sum_{j \in J_3} a_{ij} x_j \quad (i \in I_2), \quad (8)$$

где I_2 – множество номеров ограничений по питательным веществам;

J_1 – множество номеров переменных, включающих кормовые культуры и угодья;

J_2 – множество номеров переменных, включающих покупные корма, побочную продукцию отраслей растениеводства и корма, полученные в результате обмена;

J_3 – множество номеров переменных, включающих отрасли животноводства (виды скота и птицы);

v_{ij} – выход i -вида питательного вещества в расчете на единицу (1 га) j -культуры или угодья;

r_{ij} – содержание i -вида питательного вещества в единице (1 ц) j -вида корма;

a_{ij} – потребность в i -виде питательного вещества единицы (1 гол.) j -отрасли животноводства.

Ограничения по балансам отдельных групп кормов

$$\sum_{j \in J_1^h} v_{ij} x_j + \sum_{j \in J_2^h} r_{ij} x_j \geq \sum_{j \in J_3^h} a_{ijh} x_j + \sum_{j \in J_3} x_{jh} \quad (h \in H, i \in I_2'), \quad (4)$$

где h – индекс группы кормов;

H – множество номеров ограничений по балансам групп кормов;

I_2' – множество номеров ограничений по определенному виду питательного вещества (кормовым единицам);

J_1^h – множество номеров переменных, включающих кормовые культуры и угодья, от которых получают корма h -группы;

J_2^h – множество номеров переменных, включающих покупные корма и побочную продукцию отраслей растениеводства, используемые на корм;

a_{ijh} – минимальная потребность в i -виде питательного вещества по h -группе кормов в расчете на единицу (1 гол.) j -отрасли животноводства;

x_{jh} – переменные, обозначающие приросты h -группы кормов для j -отрасли животноводства сверх минимальной границы.

Ограничения по максимально возможным приростам групп кормов по видам животных

$$x_{jh} \leq (\bar{a}_{ijh} - \underline{a}_{ijh})x_j \quad (i \in I_2', j \in J_3, h \in H), \quad (9)$$

где \bar{a}_{ijh} – максимальная потребность в i -виде питательного вещества по h -группе кормов в расчете на единицу (1 гол.) j -отрасли животноводства.

Ограничения по суммарным приростам

$$\sum_{h \in H} x_{jh} = (a_{ij} - \sum_{h \in H} \underline{a}_{ijh})x_j \quad (i \in I_2', j \in J_3) \quad (10)$$

Ограничение по пополнению кормовых ресурсов

$$x_j \leq \sum_{j \in J_1 \cup J_4} q_{ij} x_j \quad (i \in I_3, j \in J_2'), \quad (11)$$

где I_3 – множество номеров ограничений по пополнению ресурсов;

J_2' – множество номеров переменных, включающих побочную продукцию отраслей растениеводства;

J_4 – множество номеров переменных, включающих отрасли растениеводства, продукция которых имеет товарное назначение;

x_j – объем пополняемого кормового ресурса;

q_{ij} – выход побочной продукции с единицы (1 га) j -культуры.

Ограничения по реализации продукции

$$\sum_{k \in K} x_{ik} \leq \sum_{j \in J_4 \cup J_3} v_{ij} x_j \quad (i \in I_5), \quad (12)$$

$$x_{ik} \begin{matrix} \geq \\ \leq \\ = \end{matrix} Q_{ik} \quad \left(\begin{matrix} i \in I_5 \\ k \in K \end{matrix} \right), \quad (13)$$

где I_5 – множество, включающее номера ограничений по обязательному объему поставки продукции;

k – индекс канала реализации;

K – множество номеров переменных, обозначающих различные каналы реализации продукции;

x_{ik} – переменные, обозначающие объем i -вида продукции, распределяемой по k -каналу реализации;

v_{ij} – товарный выход i -вида продукции с единицы j -вида отрасли;

Q_{ik} – объем поставки i -вида продукции по каналу реализации; по каналам реализации

$$\sum_{j \in J_4 \cup J_3} v_{ij} x_j \geq Q_i \quad (i \in I_5), \quad (14)$$

где Q_i – объем поставки i -вида продукции.

Ограничения по определению общих экономических показателей

$$\sum_{j \in J \cup J_2} a_{ij} x_j = \bar{x}_i \quad (i \in I_6), \quad (15)$$

где i – индекс экономического показателя;

I_6 – множество номеров ограничений по подсчету общих экономических показателей;

x_i – переменная, обозначающее суммарное значение показателей i -вида;

a_{ij} – коэффициент затрат – выхода показателя i -вида на единицу интенсивности j -отрасли, j -вида корма.

Целевая функция – максимум чистого дохода

$$Z_{\max} = \bar{x}_i - \bar{x}_i \quad i \in I_6' \quad i \in I_6'' \quad (16)$$

где I_6' – множество, включающее номер ограничения по подсчету стоимости валовой продукции в текущих ценах;

I_6'' – множество, включающее номер ограничения по подсчету затрат на валовую продукцию.

Условие неотрицательности переменных:

$$X = \{x_j, x_i, x_{jh}, x_{ik}, \bar{x}_i\} \geq 0 \quad (17)$$

Введем систему переменных, охватывающих важнейшие отрасли предприятия, в том числе в их распределении по отделениям ООО “Птицефабрики Снежка”, а также важнейшие натуральные и стоимостные результативные показатели:

Поголовье скота и птицы:

- x_1 – поголовье коров, всего, гол.;
- x_2 – поголовье молодняка КРС в отделении Молотино, гол.;
- x_3 – поголовье молодняка КРС в отделении Новоселки, гол.;
- x_4 – поголовье молодняка КРС в отделении Бетово, гол.;
- x_5 – поголовье молодняка КРС в отделении Госома, гол.;
- x_6 – поголовье свиней, всего, гол.;
- x_7 – поголовье кур в отделении “Снежка”, тыс. гол.;
- x_8 – поголовье кур в отделении Навля, тыс. гол.;
- x_9 – поголовье кур в отделении Молотино, тыс. гол.;
- x_{10} – поголовье кур в отделении Новоселки, тыс. гол.;
- x_{11} – поголовье бройлеров в отделении “Снежка”, тыс. гол.;
- x_{12} – поголовье бройлеров в отделении Молотино, тыс. гол.;
- x_{13} – поголовье молодняка птицы в отделении “Снежка”, тыс. гол.;
- x_{14} – поголовье молодняка птицы в отделении Новоселки, тыс. гол.;
- x_{15} – общее поголовье молодняка КРС, гол.;
- x_{16} – общее поголовье кур, тыс. гол.;
- x_{17} – общее поголовье молодняка птицы, тыс. гол.

Площадь посева сельскохозяйственных культур:

- x_{18} – площадь зерновых культур, га.;
- x_{19} – площадь картофеля, га.;
- x_{20} – площадь кормовых корнеплодов, га.;
- x_{21} – площадь многолетних трав, га.;
- x_{22} – площадь однолетних трав, га.;
- x_{23} – площадь кукурузы на силос, га.;
- x_{24} – площадь силосных культур, га.

Стоимостные показатели:

- x_{25} – производственные затраты растениеводства, руб.;
- x_{26} – производственные затраты животноводства, руб.;
- x_{27} – производственные затраты птицеводства, руб.;
- x_{28} – валовая продукция животноводства в текущих ценах, руб.;
- x_{29} – валовая продукция птицеводства в текущих ценах, руб.

Прочие показатели:

x_{30} – общая потребность в кормовых единицах, ц. к. ед.;

x_{31} – общая потребность в переваримом протеине, ц;

x_{32} – общая потребность в концентратах, ц. к. ед.;

x_{33} – общая потребность в грубых кормах, ц. к. ед.;

x_{34} – общая потребность в сочных кормах, ц. к. ед.;

x_{35} – общая потребность в зеленых кормах, ц. к. ед.;

Произведем числовую запись ограничений экономико-математической модели. Применяемые при этом технико-экономические показатели продуктивности животных и урожайности сельскохозяйственных культур, потребности отдельных видов животных в кормах, производственных затрат, валовой продукции в текущих ценах и чистого дохода приняты на уровне фактических показателей в 2007 г., структура рациона отдельных видов животных соответствует справочным данным.

1. Ограничение по производству молока, ц:

$$52,21x_1 \geq 67870;$$

2. Ограничение по поголовью коров, гол.:

$$x_1 \geq 1300;$$

3. Ограничение по производству мяса КРС, ц:

$$1,83 x_2 + 1,37 x_3 + 1,38 x_4 + 1,27 x_5 \geq 4270;$$

4. Ограничение по производству мяса свиней, ц:

$$0,92 x_6 \geq 2030;$$

5. Ограничение по минимальному поголовью молодняка КРС в отделении Молотино, гол.:

$$x_2 \geq 650;$$

6. Ограничение по максимальному поголовью молодняка КРС в отделении Молотино, гол.:

$$x_2 \leq 700;$$

7. Ограничение по минимальному поголовью молодняка КРС в отделении Новоселки, гол.:

$$x_3 \geq 1050;$$

8. Ограничение по максимальному поголовью молодняка КРС в отделении Новоселки, гол.:

$$x_3 \leq 1100;$$

9. Ограничение по минимальному поголовью молодняка КРС в отделении Бетово, гол.:

$$x_4 \geq 950;$$

10. Ограничение по максимальному поголовью молодняка КРС в отделении Бетово, гол.:

$$x_4 \leq 1000;$$

11. Ограничение по поголовью молодняка КРС в отделении Госома, гол.:

$$x_5 = 350;$$

12. Ограничение по производству яиц, тыс. шт.:

$$347,25 x_7 + 294,94 x_8 + 264,4 x_9 + 293,6 x_{10} \geq 168400;$$

13. Ограничение по минимальному поголовью кур в отделении “Снежка”, тыс. гол.:

$$x_7 \geq 457,6;$$

14. Ограничение по максимальному поголовью кур в отделении “Снежка”, тыс. гол.:

$$x_7 \leq 485;$$

15. Ограничение по минимальному поголовью кур в отделении Навля, тыс. гол.:

$$x_8 \geq 50;$$

16. Ограничение по максимальному поголовью кур в отделении Навля, тыс. гол.:

$$x_8 \leq 60;$$

17. Ограничение по минимальному поголовью кур в отделении Молотино, тыс. гол.:

$$x_9 \geq 4,7;$$

18. Ограничение по максимальному поголовью кур в отделении Молотино, тыс. гол.:

$$x_9 \leq 6,4;$$

19. Ограничение по минимальному поголовью кур в отделении Новоселки, тыс. гол.:

$$x_{10} \geq 20,2;$$

20. Ограничение по максимальному поголовью кур в отделении Новоселки, тыс. гол.:

$$x_{10} \leq 50;$$

21. Ограничение по производству мяса птицы, т.:

$$14,13 x_{11} + 11,46 x_{12} + 1,69 x_{13} + 4,23 x_{14} \geq 2250;$$

22. Ограничение по минимальному поголовью бройлеров в отделении “Снежка”, тыс. гол.:

$$x_{11} \geq 4,7;$$

23. Ограничение по максимальному поголовью бройлеров в отделении “Снежка”, тыс. гол.:

$$x_{11} \leq 12,0;$$

24. Ограничение по минимальному поголовью бройлеров в отделении Молотино, тыс. гол.:

$$x_{12} \geq 86,5;$$

25. Ограничение по максимальному поголовью бройлеров в отделении Молотино, тыс. гол.:

$$x_{12} \leq 95,0;$$

26. Ограничение по потребности в кормовых единицах, ц корм. ед.:

$$47,5 x_1 + 14,1 x_2 + 16,4 x_3 + 20,3 x_4 + 16,5 x_5 + 7,0 x_6 + 540 x_7 + 470 x_8 + 660 x_9 + 560 x_{10} + 300 x_{11} + 260 x_{12} + 80 x_{13} + 240 x_{14} - x_{30} = 0$$

27. Ограничение по потребности в переваримом протеине, ц:

$$5,23 x_1 + 1,55 x_2 + 1,80 x_3 + 2,23 x_4 + 1,82 x_5 + 0,77 x_6 + 60 x_7 + 50 x_8 + 70 x_9 + 60 x_{10} + 30 x_{11} + 30 x_{12} + 10 x_{13} + 30 x_{14} - x_{31} = 0$$

28. Ограничение по потребности в концентратах, ц:

$$10,45 x_1 + 3,53 x_2 + 4,10 x_3 + 5,08 x_4 + 4,13 x_5 + 5,46 x_6 + 540 x_7 + 470 x_8 + 660 x_9 + 560 x_{10} + 300 x_{11} + 260 x_{12} + 80 x_{13} + 240 x_{14} - x_{32} = 0$$

29. Ограничение по потребности в грубых кормах, ц. к. ед.:

$$10,45 x_1 + 3,53 x_2 + 4,10 x_3 + 5,08 x_4 + 4,13 x_5 - x_{33} = 0$$

30. Ограничение по потребности в сочных кормах, ц корм ед.:

$$12,35 x_1 + 2,82 x_2 + 3,28 x_3 + 4,06 x_4 + 3,3 x_5 + 0,77 x_6 - x_{34} = 0$$

31. Ограничение по потребности в зеленых кормах, ц. корм ед.:

$$14,25 x_1 + 3,53 x_2 + 4,10 x_3 + 5,08 x_4 + 4,13 x_5 + 0,35 x_6 - x_{35} = 0$$

32. Ограничение по площади пашни, га:

$$x_{18} + x_{19} + x_{20} + x_{21} + x_{22} + x_{23} + x_{24} \leq 9617$$

33. Ограничение по производству зерна, ц:

$$15,2 x_{18} \geq 64353$$

34. Ограничение по производству картофеля, ц:

$$81,0 x_{19} \geq 406$$

35. Ограничение по производству корневых корнеплодов, ц:

$$471,5 x_{20} \geq 56580$$

36. Ограничение по производству зеленой массы для силосования, ц:

$$206,1 x_{23} + 97,5 x_{24} \geq 172285$$

37. Ограничение по минимальной площади зерновых культур, га:

$$x_{18} \geq 4809$$

38. Ограничение по максимальной площади зерновых культур, га:

$$x_{18} \leq 5770$$

39. Ограничение по минимальной площади кормовых культур, га:

$$x_{20} + x_{21} + x_{22} + x_{23} + x_{24} \geq 3366$$

40. Ограничение по максимальной площади кормовых культур, га:

$$x_{20} + x_{21} + x_{22} + x_{23} + x_{24} \leq 4809$$

41. Ограничение по площади многолетних трав, га:

$$x_{21} \geq 2000$$

42. Ограничение по площади однолетних трав, га:

$$x_{22} \geq 800$$

43. Ограничение по суммированию производственных затрат растениеводства, руб.:

$$3233x_{18} + 29600x_{19} + 24469x_{20} + 1656x_{21} + 2884x_{22} + 6503x_{23} + 1636x_{24} - x_{25} = 0$$

44. Ограничение по суммированию производственных затрат животноводства, руб.:

$$17437 x_1 + 7859,78 x_2 + 5959,47 x_3 + 5957,76 x_4 + 6874,02 x_5 + 2894,15 x_6 + 315570 x_7 + 301100 x_8 + 432900 x_9 + 430380 x_{10} + 213540 x_{11} + 288880 x_{12} + 53660 x_{13} + 49580 x_{14} - x_{26} = 0$$

45. Ограничение по суммированию производственных затрат птицеводства, руб.:

$$315570 x_7 + 301100 x_8 + 432900 x_9 + 430380 x_{10} + 213540 x_{11} + 288880 x_{12} + 53660 x_{13} + 49580 x_{14} - x_{27} = 0$$

46. Ограничение по суммированию валовой продукции животноводства в текущих ценах, руб.:

$$28791 x_1 + 5292,27 x_2 + 3961,97 x_3 + 3990,89 x_4 + 3672,78 x_5 + 3545,86 x_6 + 414980 x_7 + 352470 x_8 + 315970 x_9 + 350870 x_{10} + 383300 x_{11} + 310870 x_{12} + 45840 x_{13} + 114750 x_{14} - x_{28} = 0$$

47. Ограничение по суммированию валовой продукции птицеводства в текущих ценах, руб.:

$$414980 x_7 + 352470 x_8 + 315970 x_9 + 350870 x_{10} + 383300 x_{11} + 310870 x_{12} + 45840 x_{13} + 114750 x_{14} - x_{28} = 0$$

48. Ограничение по суммированию чистого дохода птицеводства, руб.:

$$99410 x_7 + 51370 x_8 - 116930 x_9 - 79510 x_{10} + 169760 x_{11} + 21990 x_{12} - 7820 x_{13} + 65170 x_{14} - x_{29} = 0$$

Целевая функция – максимум чистого дохода животноводства:

$$11355 x_1 - 2567,51 x_2 - 1997,5 x_3 - 1966,87 x_4 - 3201,24 x_5 + 651,71 x_6 + 99410 x_7 + 51370 x_8 - 116930 x_9 - 79510 x_{10} + 169760 x_{11} + 21990 x_{12} - 7820 x_{13} + 65170 x_{14} \rightarrow \max$$

65. Размеры отрасли животноводства

Показатели	2007 г.	По оптимальному решению	Отклонение показателей, +, -
Поголовье коров, гол.	1300	1300	0
Поголовье молодняка КРС, гол.	3044	3055	11
в том числе в:			
Молотино	684	650	-34
Новоселках	1057	1080	23
Бетово	953	975	22
Госоме	350	350	0
Поголовье свиней, гол.	2209	2300	91
Поголовье кур, тыс. гол.	565,7	569,9	4,2
в том числе на: Снежке	457,6	485	27,4

Продолжение таблицы 65

Навле	58,3	60,0	1,7
Молотино	4,7	4,7	0
Новоселках	45,1	20,2	-24,9
Поголовье бройлеров, тыс. гол.	91,2	107,0	15,8
в том числе: на Снежке	4,7	12,0	7,3
в Молотино	86,5	95,0	8,5
Поголовье молодняка птицы, тыс. гол.	541,5	544,1	2,6
в том числе: на Снежке	514,1	514,1	0
в Новоселках	27,4	30,0	2,6

Анализ таблицы 65 показывает, что в отрасли животноводства в результате оптимизации производственно-отраслевой структуры произойдут следующие изменения. Поголовье молодняка КРС возрастет незначительно (на 11 гол.), но произойдут существенные изменения в размещении животных. Увеличение поголовья целесообразно только в отделениях Новоселки (на 23 гол.) и Бетово (на 22 гол.), где эффективность содержания животных более высокая. Сокращение поголовья предусматривается в Молотино (на 34 гол.), что обусловлено высокой убыточностью содержания здесь скота.

Увеличение поголовья свиней до 2300 гол. обусловлено тем, что от их содержания предприятие получает доход, хотя и невысокий (651,71 руб./гол.).

В птицеводстве доход приносят яичное птицеводство на Снежке и в Навле, содержание бройлеров на Снежке и в Молотино, а также выращивание молодняка птицы в Новоселках. Наиболее доходно выращивание бройлеров и яичное птицеводство на Снежке. В соответствии с этим и основное увеличение поголовья птицы приходится на эти отделения и направления использования птицы. Наибольшее увеличение поголовья птицы предполагается на Снежке – кур на 27,4 тыс. гол. и бройлеров на 7,3 тыс. гол.

Производимые преобразования положительно скажутся на изменении производства животноводческой продукции (табл. 66).

66. Изменение производства животноводческой продукции

Показатели	2007 г.	По оптимальному решению	Отклонение показателей, +, -
Производство:			
молока, т.	6787	6787	0
мяса КРС, т.	427,0	445,9	18,9
мяса свиней, т.	203,0	211,6	8,6
яиц, тыс. шт.	177800,0	193286,1	15486,1
мяса птицы, т.	2250,0	2535,2	285,2

Анализ таблицы 66 показывает, что производство всех видов животноводческой продукции, за исключением молока, значительно возрастет. Причиной этого является как общий рост поголовья животных, так и их перераспределение по отделениям с учетом фактического уровня продуктивности.

По видам продукции наиболее существенно возрастет производство в птицеводстве: мяса птицы на 285,2 т., или 12,7%, яиц – на 15486,1 тыс. шт., или 8,7%.

Проанализируем изменения, произошедшие в отрасли растениеводства (табл. 67).

67. Результаты оптимизации посевных площадей

Показатели	2007 г.	По оптимальному решению	Отклонение показателей, +, -
Всего посевов, га	8685	9289	604
в том числе:	4239	4809	570
зерновые			
картофель	10	10	0
кормовые корнеплоды	130	130	0
многолетние травы	2092	2100	8
однолетние травы	828	850	22
кукуруза на силос	342	340	-2
силосные культуры	1044	1050	6
Производство, ц:			
зерна	64353,0	73000,6	8647,6
кормовых корнеплодов	56580	56580	0
зеленой массы для силосования	172285	172449	164
Производственные затраты растениеводства, тыс. руб.	33837,0	35752,3	1915,3

В растениеводстве коренных преобразований не предусматривается. Общее увеличение площадей составит 604 га, или 7,0% к уровню 2007 г. Это позволит повысить степень использования пашни до 96,6%. Основные преобразования связаны с расширением посевов зерновых культур на 570 га, или 13,5%. Достигнутый уровень площадей зерновых культур (4809 га) не будет являться для предприятия новым, неосвоенным уровнем. Так, еще в 2005 г. посевы зерновых культур здесь составляли 5130 га. Поэтому для реализации данного мероприятия не потребуется существенного наращивания материально-технического потенциала отрасли. Увеличение посевов зерновых культур позволит повысить самообеспе-

ченность предприятия фуражным зерном, хотя по-прежнему основная часть его будет закупаться – не менее 70% от потребности.

Изменения площадей других культур будут незначительными. Всего расширение площадей потребует дополнительного привлечения в растениеводство 1915,3 тыс. руб., или 5,7% к уровню 2007 г.

Общая экономическая эффективность оптимизации производственно-отраслевой структуры предприятия представлена в таблице 68.

68. Экономическая эффективность оптимизации производственно-отраслевой структуры интегрированного формирования ООО “Птицефабрика Снежка”

Показатели	2007 г.	По оптимальному решению	Отклонение показателей, +, -
Производственные затраты животноводства, тыс. руб.*	287160,2	290009,7	2849,5
Производственные затраты птицеводства, тыс. руб.	238340,6	240925,8	2585,2
Валовая продукция животноводства в текущих ценах, тыс. руб.*)	341313,3	350606,8	9293,5
Валовая продукция птицеводства в текущих ценах, тыс. руб.	283155,4	292127,2	8971,8
Чистый доход животноводства, тыс. руб.*)	54153,1	60597,0	6443,9
Чистый доход птицеводства, тыс. руб.	44814,8	51201,4	6386,6
Уровень рентабельности животноводства (по чистому доходу), %	18,9	20,9	2,0
Уровень рентабельности птицеводства (по чистому доходу), %	18,8	21,3	2,5

**) Без учета инкубации и отрасли пчеловодства.*

В расчетах конечной экономической эффективности рассматривается только животноводство, так как все растениеводство имеет ярко выраженное фуражное направление. Например, в 2007 г. растениеводство принесло только 0,6% всей денежной выручки предприятия.

Реализация всех предложенных выше мероприятий потребует вовлечения в животноводство дополнительных средств в размере 2849,5 тыс. руб. (на 1,0% больше уровня 2007 г.), причем почти 91% всех затрат придется на птицеводство.

Такое относительно небольшое вложение средств позволит увеличить производство валовой продукции животноводства в текущих ценах на 9293,5 тыс. руб., или 2,7%, в том числе в птицеводстве соответственно на 8971,8 тыс. руб., или 3,2%.

Еще более значительно увеличится чистый доход животноводства – на 6443,9 тыс. руб., или 11,9%, в том числе в птицеводстве на 6386,6 тыс. руб., или 14,3%. Это позволит повысить уровень рентабельности животноводства в целом до 20,9% (на 2,0 пункта), в том числе птицеводства до 21,3% (на 2,5 пункта).

Таким образом, оптимизация производственно-отраслевой структуры интегрированного формирования ООО “Птицефабрика Снежка”, даже исходя из фактических данных 2007 г., имеет достаточно высокую экономическую эффективность. Если же наряду с совершенствованием структуры осуществлять параллельную интенсификацию производства, то эффект существенно возрастет.

3.3. Развитие новых подотраслей птицеводства

Для того чтобы сделать продукцию птицеводства, производимую в Брянской области, более конкурентоспособной особое внимание и в сельскохозяйственных предприятиях и в личных подсобных хозяйствах населения уделяется развитию новых подотраслей птицеводства.

Новой отраслью птицеводства в Брянской области является **страусоводство**, которое стало активно развиваться в Мире в начале XX века, хотя первые специализированные фермы по разведению и выращиванию страусов в неволе появились в 1860 г. в Южной Африке. Основной задачей их было получение страусиных перьев в качестве декора (Dr. Magdy M. Shanaway, J. World Poultry, v.12, n 8. 1996). В дальнейшем страусоводство стало развиваться исключительно быстрыми темпами. Страусоводческие хозяйства стали образовываться в Кении, Египте, Алжире, Аргентине США. Уже к 1913 г. численность одомашненных страусов превышала в мире 1 млн. гол. В этот период в экспорте Южной Африки перья страусов занимали четвертое место в мире после золота, алмазов и овечьей шерсти. Это привело к катастрофическому сокращению численности африканских страусов. Во время первой мировой войны спрос на страусиные перья упал и многие фермеры, разводящие страусов, разорились.

Начиная с 1985 г. наблюдается подъём данной отрасли. Акцент с производства страусиных перьев впоследствии переместился на производство мяса и кожи. Это связано с тем, что потреби-

тельский спрос на страусиное мясо на мировом рынке к концу XX столетия резко возрос вследствие того, что в Европе на рынке говядины в связи с губчатым энцефалитом (коровьим бешенством) возникли серьезные проблемы со сбытом продукции скотоводства.

Несмотря на то, что потребительский спрос на мясо страусов в мире в последнее время резко увеличился, производство мяса страусов пока существенно отстает от спроса на него. По мнению западных экономистов ниша мяса страусов на мировом рынке в течение нескольких лет еще не будет заполнена. Подобные тенденции касаются и страусиной кожи, которая также пользуется высоким спросом на мировом рынке. Все это способствовало тому, что страусоводство активно развивается в ряде экономически развитых стран. В настоящее время разведением страусов занимаются фермеры Великобритании, Голландии, Бельгии, Польше, Чехии, Испании, Португалии, Франции и других стран. Здесь созданы крупные фермы по разведению страусов. поголовье которых растет быстрыми темпами. Так, например, в Польше только за период с 1993 по 2001 г. поголовье страусов возросло с 23 до 11000 гол., а число ферм по разведению страусов увеличилось в 230 раз. В настоящее время в Италии насчитывается 1425 хозяйств, содержащих африканских страусов. В Израиле, Намибии, Танзании, Кении, Зимбабве, ЮАР в сейчас производится и перерабатывается до 70 тыс. голов страусов в год [322, 328, 323].

Развитие страусоводства нашло широкую поддержку со стороны правительств этих стран. Например, во Франции, благодаря этой поддержке, страусоводство стало развиваться особенно быстрыми темпами и французские фермеры стали основными поставщиками мяса на рынки европейских стран.

В России первые опыты по разведению страусов начали в заповеднике Аскания-Нова еще при его владельце Ф.Э. Фальц-Фейне, а затем продолжили уже при советской власти. Выращиванием страусов с целью производства мяса, яиц и кожи в России и странах СНГ стали заниматься в девяностых годах XX века. В настоящее время самой крупной является подмосковная ферма по разведению страусов «Лэмэк» в Московской области. На ней содержится от 200 до 300 гол. Страусов разного возраста. Молодняк страусов импортируется на эту ферму в суточном возрасте из Израиля и Бельгии, дорастивается до трех месяцев и продается в другие хозяйства в разные регионы России. Это способствовало тому, что было основано 30 ферм по разведению страусов, в том числе во Владимирской, Брянской, Челябинской, Ростовской, Воронежской, Курской и др. областях. Первый опыт развития страусоводства в

нашей стране показал высокую экономическую эффективность этой отрасли птицеводства. Высокая скорость роста позволяет достичь живой массы взрослого страуса 100-120 кг (самки) и 120-150 кг. (самца). Мясо страуса особенно ценно тем, что содержит значительное количество белка, низкокалорийно и при этом содержит незначительное количество холестерина (табл. 69). Цена на него на мировом рынке составляет 10-20 долл. США [288].

69. Сравнительная оценка мяса по содержанию холестерина, жира, протеина и калорийности

Показатель	Мясо			
	страус	цыплята бройлерные	индейка	тощая говядина
Холестерин на 100 г	49	73	59	77
Калорийность, ккал/100 г	97	140	135	240
Содержание жира, %	1,7	3,0	3,0	15,0
Содержание протеина, г в 100 г	21,2	27,0	25,0	23,0

Кроме мяса страусы дают высококачественное перо и кожу. При реализации кожи от 1 страуса, а это 1,5 м², можно получить 240 долл. США, что полностью окупает затраты на приобретение молодняка. Особое внимание следует уделить коже страусов. Она столь же популярна, как и крокодиловая, змеиная, слоновая, но долговечнее их и более устойчивая к влаге. На коже страусов значительное количество фолликул и ее практически невозможно подделывать. Высоко ценится и кожа со страусиных ног, на которой расположены плотные чешуи-пластины. Эта кожа идет на изготовление верхней части обуви, кошельков, футляров для очков. В настоящее время спрос на страусиную кожу в мире удовлетворен лишь на 10%.

Яйценоскость самок страусов хоть и невысока (от 50 до 120 яиц в год), но яйца крупные и масса 1 яйца достигает от 1300 до 1800 г. Стоимость столового яйца доходит до 50 долл. США. Подают их в ресторанах в качестве экзотического блюда. При яйценоскости 50 яиц за сезон от самки с приплодом можно получить до 4 т мяса за сезон в живой массе. Для сравнения: от одной свиноматки за тот же период можно получить только 1,5-2,5 т мяса. При этом для откорма свиней требуются дорогостоящие корма, а у страусов прирост массы происходит за счёт более дешевых зелёных, сочных кормов и сена.

Профессор Л.В. Куликов отмечает, что даже при яйценоскости в год 44 яйца от одной самки можно получить до 20 страусят, которые при выращивании до одного года при живой массе 100 кг обеспечат выход 1170 кг мяса в тушах, или в убойной массе -840 кг мяса и жира, а также 25 кв.м. кожи (по 1,25 кв.м. от одной головы). Это, как минимум, в пять раз превосходит продуктивность мясной коровы, которая в год воспроизводит одного теленка, а в течение жизни от нее можно ожидать не менее 6-7 отелов. Чистая прибыль, полученная от одной самки за сезон при реализации мяса страусов в Германии, например, достигает 20 тыс. марок. Самки начинают яйцекладку в 2-3 года и заканчивают в 30-40 лет и более. При этом минимальный период интенсивной продуктивности у самок – 15 лет. Выводят страусят как под птицей, так и в инкубаторах, специально приспособленных для этих целей. Птенцы страусов покрыты густым пухом, что позволяет экономить тепловую энергию на их обогрев. Африканский страус имеет высокие адаптационные способности к низкой температуре воздуха. Взрослая птица может содержаться зимой в помещениях без обогрева и выдерживать температуру до минус 20-25 градусов. Это особенно важно для развития страусоводства в такой северной стране, как Россия [143].

Изучение мирового и отечественного опыта развития страусоводства, высокая экономическая эффективность данной отрасли способствовали тому, что в 2000 г. в Брянской области была создана первая ферма по разведению страусов «Брянский страус». Она четвертая по поголовью страусов в России. Расположена ферма на границе Унечского и Мглинского районов и входит в состав агроцеха ОАО «Тонус» в котором помимо страусов содержатся также индейки, перепела, фазаны и овцы.. Данная ферма была организована в соответствии с мировыми стандартами и требованиями к содержанию страусов. Хозяйство располагает всеми необходимыми материально-техническими ресурсами для развития этой отрасли птицеводства. В хозяйстве имеются кормоцех для приготовления кормов, инкубатор для инкубации яиц страусов, земельные угодья для производства кормов и женьшеня. В непосредственной близости от фермы находится автотрасса международного значения Брянск-Гомель и крупная узловая железнодорожная станция Унеча. В целом природно-экономические условия способствуют развитию страусоводства в этом хозяйстве. Штат фермы полностью укомплектован квалифицированными кадрами работников животноводства. Основная цель организации данного хозяйства- производство молодняка страусов с целью их дальнейшей реализации на репродуктивные фермы.

В 2001 г. себестоимость 1 ц живой массы мяса страусов составила 21 тыс. руб. В структуре себестоимости затраты на корма составляют в данном хозяйстве 17,8%. На ферме разработаны специальные рационы, включающие в себя наиболее дешевые, но содержащие в себе много витаминов и минеральных веществ корма. В рацион страусов входят: зерновые корма, в том числе приготовленные по специальным рецептам, комбикорма, сено, зеленые корма, из них: крапива, сочные корма в виде моркови, тыквы, свеклы и некондиционных яблок. В рацион молодняка входят: творог, яйца, крапива и специальные комбикорма. В качестве витаминной добавки используются хвоя деревьев и сосновые шишки. В качестве витаминной добавки и стимулятора роста – женьшень, производимый, как это было сказано выше, в этом же хозяйстве. Это существенно снижает затраты на приобретение витаминных препаратов. Затраты на корма для 1 взрослого страуса в зимнее время составляли в 2001 г. 18 руб. в сутки, а в летнее время они существенно ниже (12-13 руб. в сутки) за счет использования в рационе дешевых зеленых кормов. Расход кормов на 1 гол. взрослой птицы – 16,4 ц корм. ед. в год. Первый опыт введения в рацион страусов женьшеня способствовал тому, что самки начали яйцекладку в возрасте 1,5 года, а не в 2-3 года, как это было на других фермах по разведению страусов, что позволило окупить затраты на их содержание еще до наступления у них репродуктивного возраста. Молодняк страусов, полученный от родительского стада, содержащегося на ферме жизнеспособен и отличается хорошим здоровьем. Выводимость яиц при инкубации составила 70-90%. Сохранность молодняка до 3 месяцев на ферме составляет 80-90%, старше 3 месяцев – 95-98%. Через 1,5-2 года после отбора и выбраковки родительское стадо страусов пополнится новыми особями.

В период становления фермы поголовье страусов составляло 15 голов, завезенных из Голландии, Германии, Бельгии и Израиля. В 2002 г. на ферме уже содержалось родительское стадо страусов в количестве 21 головы, в том числе 14 самок и 7 самцов. За 2001-2002 гг. от них было получено 15 голов молодняка. Из имеющихся в мире пяти разновидностей страусов, на ферме содержится только одна – черный африканский страус. В настоящее время перед страусоводами Брянской области стоит задача довести репродуктивное стадо страусов до 200 гол. – это проектная мощность фермы.

Низкие затраты на содержание, достаточно высокие цены на мясо, кожу и перо, а также способность роговицы глаза страуса приживаться при пересадке человеку делают разведение этой птицы особенно выгодным. Имеются безотходные технологии переработки

этой птицы. Даже яйца, подвергшиеся инкубации с замершими зародышами могут приносить существенный доход. Их расписывают различными рисунками, покрывают лаком и продают в качестве сувениров. Во всем мире они пользуются значительным спросом у туристов, посещающих фермы по разведению страусов. Стоимость одного такого яйца составляет в среднем 100 долл. США [82].

В настоящее время на ферме «Брянский страус» существует пока и ряд нерешенных проблем. Так, отсутствует собственная ветеринарная служба, располагающая приемами и методами лечения страусов. Это явилось причиной того, что в данном хозяйстве наблюдался падеж молодняка из-за вывихов и переломов конечностей, забивания пищевода соломой, используемой в качестве подстилки и др. Несмотря на то, что размеры падежа незначительны, они нанесли существенный экономический ущерб данному хозяйству, ведь 1 голова молодняка страусов в суточном возрасте на мировом рынке составляет 250 долл. США. Значительный ущерб данной ферме был нанесен криминальными структурами, похитившими 2 страусов. Их стоимость составляла 2400 долл. США. В результате этого пришлось увеличить штат сторожей и содержать на ферме двух сторожевых собак. Это увеличило затраты на содержание страусов. Отсутствует в данном хозяйстве и собственный цех по приготовлению специальных комбикормов для страусов. Качество же и состав комбикормов, приготовленных на Унечском комбикормовом заводе по договору с хозяйством, не всегда соответствует необходимым требованиям.

На основании изученного нами зарубежного опыта функционирования ферм по разведению страусов, считаем необходимым создать в Брянской области комплекс по разведению страусов, который включал бы в себя предприятия по откорму страусов, их забоя, расфасовке, выделке кожи, переработке или доработке вторичных сырьевых ресурсов, оставшихся после забоя страусов, жира, пера, когтей, внутренних органов. Необходимо наладить связь с лечебными учреждениями, в которых производятся операции на глазах с целью поставки туда глаз страусов, оставшихся после убоя, так как их роговица успешно приживается у людей. Для эффективного сбыта продукции страусоводства необходимо организовать маркетинговую службу по изучению рынков сбыта продукции страусоводства и перспектив выхода с ней на внешний рынок. Но основная задача, стоящая перед страусоводами, на наш взгляд, заключается в насыщении рынка доступной по ценам основной массе населения Брянской области диетической продукцией для чего необходимо расширить объёмы производства данной отрасли. Считаем необходимым для обеспечения

стабильной работы этой новой отрасли в перспективе создать агрофирму с вхождением в неё ОАО «Тонус» – владельца племенного стада страусов и производителя женьшеня, фермерских и крупных специализированных личных подсобных хозяйств населения, занимающихся выращиванием страусов, Унечского мясокомбината и его фирменных магазинов, а также предприятий по выделке кожи и сбыту кожи и пухо-перовой продукции.

Руководство ОАО «Тонус» заинтересовано в развитии деловых контактов со страусоводами других стран. Основная цель – обмен опытом по содержанию, кормлению, инкубации, сбыту продукции страусоводства. Расширению деловых контактов способствовало участие коммерческого директора и начальника агроцеха в работе Всемирного конгресса страусоводов в Польше, на котором ими был доложен практический опыт развития страусоводства в Брянской области.

Важным шагом в дальнейшем развитии страусоводства в Брянской области могло бы стать открытие консультативного центра по разведению страусов на базе ОАО «Тонус», где представители птицеводческих хозяйств, фермеры и владельцы ЛПХ смогут получить консультации по ведению страусоводства в условиях Брянской области. В задачи этого центра также должна входить пропаганда значимости страусов как новой отрасли с целью организации в Брянской области сети страусоводческих хозяйств.

Одной из новых отраслей стало **перепеловодство**. Оно развивается в ООО «Птицефабрика «Снежка». Прежде чем производить продукт в хозяйстве изучили мировой и отечественный опыт развития этой отрасли птицеводства. В стране разведение перепелов началось с середины 60-х годов прошлого века. Первые домашние перепела японского происхождения были завезены в Россию из Югославии в 1964 г. Интенсивно перепеловодство стало развиваться в Российской Федерации после проведения в 1966 г. Всемирного конгресса по птицеводству в г. Киеве. Обилие информации о лечебных свойствах перепелиных яиц способствовало развитию этой отрасли. Большие возможности использования перепелов обусловили распространение перепеловодства во многих странах мира: Китае, Японии, Франции, Италии, Польше, США и др. В этих странах продукция перепеловодства широко используется не только в пищевых целях, но и как сырьё для парфюмерной промышленности при производстве кремов, шампуней [80, 81].

Быстрому развитию перепеловодства в экономически развитых странах мира способствовало их биологическая способность к интенсивному размножению. Возраст, в котором можно получать яйца у

перепёлок составляет 47 дней. Яйценоскость достигает 250-315 шт. яиц в год, расход корма также невелик и составляет 28,6 г на одну голову. Масса яиц, снесённых за год, в 2,4 раза превышает живую массу (у высокопродуктивных кур в 8 раз). Величина яйцемассы на 1 м² пола у перепёлок составляет 32,5, а у кур – 22,5 кг. Перепелиные яйца по содержанию питательных веществ превосходят куриные: в них содержится больше калия, фосфора, железа, витаминов В₁ и В₂. При этом мировая практика ведения перепеловодства показывает, что производство перепелиных яиц дешевле, чем куриных. Биологические особенности перепелов позволяют в короткие сроки и без существенных капитальных вложений сделать эту отрасль одной из наиболее рентабельных отраслей птицеводства.

На данном предприятии было освоено изготовление такого деликатесного продукта из мяса перепелов, как перепела копчёные, которые сразу же стали пользоваться у потребителей повышенным спросом. Анализ развития перепеловодства за 2003-2007 гг. показал, что ООО «Птицефабрика «Снежка» было вынуждено провести широкую рекламную кампанию, направленную на то, чтобы спрос на перепелиные яйца вырос. В 1998 г. товар был внедрён на рынок и цены на данный вид продукции в течение 3 лет росли достаточно медленными темпами. В 2005 г. цены на перепелиные яйца возросли до 5,8 руб. за 10 шт., а в 2008 г. до 12 руб. за 10 шт.

70. Экономическая эффективность производства и реализации мяса перепелов в ООО «Птицефабрика «Снежка»

Показатели	Годы					2007 г. в % к 2003 г.
	2003	2004	2005	2006	2007	
Поголовье перепелов на выращивании и откорме, тыс. гол.	29	24	31	32	22	75,9
Произведено мяса перепелов, ц	224	224	238	236	169	75,4
Коммерческая себестоимость мяса перепелов, тыс.руб.	1471	1728	1877	1709	1634	111,0
Себестоимость 1 ц, руб.	6570	7710	7760	7748	7240	110,0
Реализовано мяса перепелов, ц	209	209	221	222	161	80,0
Уровень товарности, %	93,3	93,5	93,5	96,0	95,0	-0,3
Среднесуточный привес, г	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	100,0
Денежная выручка от реализации мяса перепелов, тыс.руб.	1087	1170	1282	1243	966	88,9
Цена реализации 1 ц, руб.	5200	5600	5800	5600	6000	115,4

Уровень рентабельности, % -26,1 -32,3 -30,2 -27,3 -40,8 -14,7 п.

В 2003-2007 гг. поголовье перепелов возрастало быстрыми темпами (на 10%). Это способствовало росту объёма производства и реализации данного продукта. Но в 2007 г. оно сократилось до 22 тыс. голов, что повлекло за собой сокращение производства яиц. Несмотря на рост коммерческой себестоимости (более чем на 11%), денежная выручка от продажи мяса перепелов росла более медленными темпами, чем коммерческая себестоимость. Рентабельность данной отрасли в динамике колеблется, но тем не менее, мясное перепеловодство остаётся нерентабельной отраслью. Убыток от производства мяса перепелов компенсируется прибылью от производства перепелиных яиц, так как яичное перепеловодство – высокорентабельная отрасль (табл. 70).

Анализ экономической эффективности производства и реализации перепелиных яиц (табл. 71) свидетельствует о высокой рентабельности данной отрасли и целесообразности её дальнейшего развития. За анализируемый период уровень рентабельности вырос на 42 процентных пункта. При этом за рассматриваемый период поголовье перепёлок-несушек снизилось на 37,8%. За 2003-2007 гг. производство перепелиных яиц снизилось на 40%. При росте себестоимости 1 тыс. шт. яиц на 99,0% цена реализации увеличилась в 2,6 раза, что и способствовало росту рентабельности данной отрасли птицеводства.

71. Экономическая эффективность производства и реализации перепелиных яиц в ООО «Птицефабрика Снежка»

Показатели	Годы					2007 г. в % к 2003 г.
	2003	2004	2005	2006	2007	
Поголовье перепёлок-несушек, тыс. гол.	37	34	33	33	23	62,2
Произведено яиц перепелов, тыс. шт.	11197	8653	8721	9377	6752	60,0
Коммерческая себестоимость яиц перепелов, тыс. руб.	2675	3314	3376	3575	3224	120,5
Себестоимость 1 тыс. шт. яиц, руб.	239	382	386	351	477	199,0
Затраты кормов на 1 тыс.шт. яиц, ц к.ед.	0,41	0,41	0,41	0,41	0,41	100,0
Реализовано яиц перепелов, тыс.шт.	10133	7874	8032	8622	6414	63,3
Уровень товарности, %	90,5	91,0	92,0	92,0	93,0	+ 2,5 п.
Яйценоскость 1 перепёлки-несушки, шт.	302	255	264	284	294	97,0
Денежная выручка от реализа-	3919	4673	5233	7502	6047	в 1,5 раз.

ции яиц перепелов, тыс. руб.						
Цена реализации 1 тыс.шт., руб.	350	540	600	800	900	в 2,6 раз.
Уровень рентабельности, %	46,5	41,0	55,0	99,0	88,5	+ 42,0 п.

Наши исследования позволяют сделать вывод о существенных резервах увеличения производства наиболее ценного вида продукции перепеловодства – перепелиных яиц. В данном хозяйстве применяется клеточное содержание птицы. Оно более выгодно по сравнению с напольным, так как нет необходимости применять подстилку, в 3-4 раза увеличивается плотность посадки птицы, затраты кормов ниже на 10-15%, чем при напольном содержании, производительность труда в 6-7 раз выше, чем при вышеуказанном методе содержания птицы

Всё это способствует снижению себестоимости производства перепелиных яиц и делает эту продукцию конкурентоспособной на рынке. В анализируемом хозяйстве применяются реконструированные клеточные батареи, состоящие из четырёх ярусов. Их применение позволяло бы увеличить среднегодовое поголовье перепёлок-несушек на 5,7 тыс. гол. и довести его до 40 тыс. гол. При уровне продуктивности и ценах реализации 2007 г. производство яиц возросло бы на 16%, денежная выручка – на 16%, прибыль – на 139 тыс. руб.

Утководство.

С 2000 г. в Брянской области стало развиваться утководство на промышленной основе. В Трубчевском районе на базе колхоза «Рассвет», овощесушильного завода и инкубаторно-птицеводческой станции было организовано унитарное предприятие «Прогресс» – интегрированная система на базе которой производилось производство, переработка и сбыт сельскохозяйственной продукции. Поскольку данная агрофирма располагала 2 птичниками на 42 тыс. мест, оснащёнными выгульными площадками и всем необходимым оборудованием, инкубатором, то была поставлена задача создать родительское стадо уток и от него ежегодно получать потомство, в размерах, позволяющих обеспечить население Трубчевского района в необходимом количестве молодняка уток и мощности цехов по переработке с.-х. продукции необходимым количеством мяса уток для производства овощных консервов с добавлением мяса уток.

В 2000 г. объединением было получено 4500 гол. молодняка из инкубационных яиц, закупленных на птицефабрике в Белгородской области. Было сформировано родительское стадо из 300 гол. Оставшийся после откорма и дорастивания молодняк забили и переработали. В 2000 г. от родительского стада было получено поголовье в раз-

мере 6858 гол., из которых 2000 гол. составил падёж из-за несвоевременной вакцинации. Оставшийся молодняк был реализован в суточном возрасте по цене 15 руб. за 1 голову при коммерческой себестоимости 1 гол. 11,19 руб. Рентабельность производства 1 гол. молодняка составила 34%, что свидетельствует об эффективности данной отрасли и целесообразности её дальнейшего развития. Этот вывод следует также из того, что спрос на молодняк уток существенно превышает предложение. Только 30% владельцев ЛПХ в Трубчевском районе были обеспечены молодняком уток, в то время как хотели бы приобрести молодняк уток в этом районе 62% владельцев ЛПХ. Потребность населения в молодняке уток обусловлено высокой скоростью роста этой птицы (в двухмесячном возрасте утёнок пекинской породы достигает веса более 2 кг), невысокими затратами на корма при откармливании утят на водоёмах, которыми изобилует Брянская область, а также возможность использовать в качестве корма имеющиеся в хозяйстве отходы: ботву моркови, свеклы, капустный лист, мелкий картофель, рыбные отходы, корки чёрствого хлеба, семена дикорастущих трав (лебеда, куриного проса). Затраты на корма в этом случае значительно ниже чем в общественном птицеводстве, где основу рациона составляют зерновые корма. Очевидно, что при откорме уток в ЛПХ существенно ниже, чем в общественном секторе и затраты электроэнергии, биопрепаратов и т.д., что также удешевляет производство данного вида продукции. Рынок данного вида продукции в области не сформирован. Наши исследования показали, что утки в продаже в течение года появляются лишь в течении нескольких осенних месяцев (в период их массового забоя). Отсутствие данного товара на рынке порождает высокий спрос на него и соответственно высокие цены. Стоимость 1 кг мяса уток почти в 2 раза превышает спрос на куриное мясо и тем не менее эта продукция востребована. Таким образом, необходимо развивать утководство в Брянской области быстрыми темпами, чтобы заполнить ей имеющиеся в настоящее время ниши на рынке продукции птицеводства в области.

Гусеводство.

Одним из важных направлений развития птицеводства в Брянской области является гусеводство. Природно-экономические условия Брянской области исключительно благоприятны для развития этой отрасли птицеводства, успешно развивающейся до революции (1917г.) в Черниговской губернии, в состав которой входила территория нынешней Брянской области. Она поставляла в Европу 20% всего экспорта живых гусей из России. Перегонялись они своим ходом под присмотром сопровождавших их крестьян. Расходы

на их доставку в Европу были минимальными, так как в дороге гуси питались травой и остатками зерна с убранных полей. Гусиное мясо было традиционной и любимой пищей на столе жителей Брянской области. После революции оно продолжало успешно развиваться как в общественном секторе, так и в хозяйствах населения, но в перестроечный период начался его спад. Разорились из-за высоких налогов и диспаритета цен гусеводческие фермы в сельскохозяйственных предприятиях, возникли серьезные проблемы с приобретением молодняка гусей у владельцев личных подсобных хозяйств. Проведенные нами исследования покупательских предпочтений различных видов мяса показали, что продукция гусеводства по-прежнему пользуется у населения неизменным спросом и спрос на нее превышает предложение. Такому положению дел способствовали не только традиции в питании населения области, но и выявленное учеными полезное качество гусиного жира выводить радионуклиды из организма млекопитающих с мочой. Это свойство продукции гусеводства особенно важно для населения Брянской области, пострадавшего от радиационного воздействия в результате аварии на Чернобыльской АЭС в 1986 г.

Наличие пастбищ, водоемов, пойменных лугов позволяет в Брянской области использовать в качестве кормя для гусей при их пастбищном содержании дешевые пастбищные корма, сорную растительность, кухонные отходы, некондиционные овощи, остатки зерна на полях после уборки зерновых культур. Кроме того, население не платит налогов, практически не использует электроэнергию на обогрев птичников и их освещение. Это позволило нам сделать вывод о том, что акцент в развитии гусеводства необходимо сделать на хозяйства населения.

Это подтверждается и нашими исследованиями на примере семьи Магуриных из д. Скрябино Выгоничского района Брянской области. На протяжении ряда лет в ней содержалось родительское стадо гусей, состоящее из 4 голов. Соотношение гусынь и гусаков было 3:1. От него получали 30 голов гусят за сезон. После откорма осенью из забивали. 5 голов безвозмездно передавали родственникам, а остальных реализовывали на продовольственном рынке, находящемся в районном центре в 12 км от их места жительства. Реализации также подлежали субпродукты, жир, пух и перо. Выручка от реализации всей этой продукции, включая мясо от 25 гусей в ценах 2001 г. составляла 3484,8 руб., затраты на корма для этих гусей и родительского стада – 660 руб., коммерческие расходы – 52 руб. Прибыль составила 2772,8 руб. Произведем расчет внешней эффективности (с учетом затрат труда и уровня заработной платы

в сельском хозяйстве Брянской области, сложившемся на 1.01.2001 г. в размере 728,2 руб.). Среднее количество рабочих дней в сельскохозяйственных предприятиях Брянской области составлял в месяц 176,4 часа. Нами подсчитано, что затраты труда владельцев ЛПХ на уход, убой и реализацию птицы составил 176 часов на 25 голов гусей. Таким образом, 1 час работы в сельском хозяйстве оплачивался из расчета 4,3 рубля, а за 1 час, потраченный на производство и сбыт продукции гусеводства, можно было заработать в 4 раза больше. При этом не брались во внимание 5 голов гусей безвозмездно передаваемых родственникам. При их реализации доход семьи увеличился бы еще на 566 руб.

Нами установлено, что по мере увеличения поголовья возрастает и доход семьи, увеличивается разрыв в доходах, получаемых от реализации продукции птицеводства и на основном месте работы владельцев ЛПХ, содержащих гусей. При этом возрастут лишь затраты труда на кормление, поение, уборку помещений, убой и реализацию, а затраты на выгон гусей на пастбище останутся практически неизменными.

Опыт выращивания гусей в хозяйствах населения Белгородской области свидетельствует о том, что одновременно выгодно выращивать на подворье не менее 100 голов гусей, но семье, состоящей из 1 пенсионера, двух работающих и двух подростков под силу содержать и 600 голов гусей [26].

Потенциальная емкость рынка продукции гусеводства, рассчитанная нами, исходя из рациональных норм потребления мяса гусей и численности населения Брянской области, свидетельствует о том, что она может составить в перспективе 21,6 тыс. т. Расчеты показали, что для обеспечения данной потребности необходимо иметь стадо гусей в количестве 6,2 млн. гол. В соответствии с разработанными нами опросными листами (прил. 19), мы изучили покупательский спрос на продукцию гусеводства в соответствии с доходами населения. При этом нами была установлена следующая закономерность: по мере роста доходов населения увеличивается потребность в мясе гусей и другой продукции гусеводства (печени, яйцах, практически не содержащих холестерина и т.д.). Включение нами в опросные листы вопросов, позволяющих выяснить осведомленность покупателей о полезных качествах продукции гусеводства и состоянии гусеводства в России и мире типа: «Знаете ли Вы, что по содержанию аминокислот гусиная печень не уступает осетровой икре?» и относящиеся к агрессивной рекламе, позволили нам без дополнительных затрат средств на рекламу одновременно провести рекламную кампанию для многих забытой продукции. Та-

кой прием, примененный нами, способствовал обобщив ответы покупателей более точно составить прогноз емкости рынка продукции гусеводства в соответствии с покупательским спросом населения и рассчитать необходимое количество гусей для ее удовлетворения в области на перспективу.

Возрождение отрасли гусеводство в Брянской области нами предлагается совершить в два этапа. На первом этапе предлагается произвести закупку инкубационных яиц и их инкубацию в ООО «Снежка» с целью получения первоначального стада гусей в количестве 20 тыс. голов (такое поголовье гусей было в Брянской области в начале 50-х годов XX века). При этом рентабельность производства суточного молодняка гусей составит 38,9%. Из этого поголовья необходимо сформировать родительское стадо гусей в количестве 13,3 тыс. гол, в том числе 10,0 тыс. гусынь. Это поголовье размесить на трех из восьми имеющихся в области инкубаторно-птицеводческих станциях (ИПС). Расчеты показали, что второй этап развития гусеводства будет более долгосрочным (10 лет). Такие сроки нами приняты, исходя из ограниченности инвестиций. Кроме того, необходимо учитывать и постепенное развитие инфраструктуры рынка продукции птицеводства.

Наши расчеты показали, что уже на девятый год реализации нашего проекта может быть получено 21,8 тыс. т мяса гусей. Такого количества достаточно для удовлетворения потребностей населения в соответствии с рациональными нормами потребления.

Поскольку потребность в мясе гусей в соответствии с доходами населения превышает потребность по рациональным нормам и составляет 22,4 тыс. т, то для ее удовлетворения необходимо иметь стадо гусей на откорме в количестве 6399,36 тыс. гол. Этого можно достичь на десятый год реализации проекта. В соответствии с нашим проектом молодняк гусей реализуется ИПС владельца ЛПХ. Прибыль от реализации молодняка гусей для 8 ИПС, имеющихся в области составит 3928,8 тыс. руб. Окупаемость затрат 4,3 года.

Расчеты показали, что в случае успешной реализации нашего проекта уже на шестой год ИПС смогут существовать за счет собственных средств, успешно развиваться и иметь прибыль ежегодно в размере 2520 тыс. руб. В случае реализации данного проекта в хозяйствах населения может содержаться 484,28 тыс. гол. родительского стада гусей., на 8 ИПС оно составит 32,8 тыс. гол. Наши расчеты показали, что для успешной реализации данного проекта необходимо выделение ИПС льготного или беспроцентного кредита сроком на 5 лет в сумме 85605 тыс. руб., в том числе 17142 тыс. руб. ежегодно (в ценах 2001 г.) с индексацией выделяемых средств с учетом инфляции. Для

реализации данного проекта нами предлагается принять на областном уровне программу «Гуси», предусматривающую выделение средств для реализации данного проекта из областного бюджета.

Считаем необходимым предложить следующий механизм кооперации между инкубаторно-птицеводческими станциями области (ИПС), сельскохозяйственными предприятиями и владельцами личных подсобных хозяйств. Суть его в следующем. ИПС в обмен на зерно, которое затем частично оставляют для откорма гусей и содержания родительского стада на них самих, а частично реализуют самостоятельно для нужд фермерских и личных подсобных хозяйств. Сельскохозяйственные предприятия передают суточный молодняк гусей владельцам ЛПХ, работающим на данном сельскохозяйственном предприятии для выращивания и откорма по договору-обязательству. Более подробно условия договора приведены в приложении. Затем сельскохозяйственные предприятия самостоятельно реализуют откормленных гусей по договорам с мясоперерабатывающими предприятиями области, имеющими оборудование для забоя птицы.

В увеличении ассортимента птичьего мяса важную роль может сыграть **мясное голубеводство**, которое в некоторых странах превратилось в самостоятельную отрасль домашнего птицеводства.

Промышленное выращивание голубей на мясо развито в Италии, Франции, Венгрии, Германии, США, Чехии и других странах.

В настоящее время в России занимаются разведением голубей более 700 тыс. голубеводов, в стране имеется 164 породы голубей, в том числе такие мясные породы, как кинг, монден, штрассер и др. Однако в Российской Федерации пока нет ни одного промышленного хозяйства по выращиванию голубей на мясо.

Сдерживающими факторами промышленного производства мяса голубей являются моногамность, низкая продуктивность (от несушки в год получают до 20 яиц), позднеспелость, которая у многих пород наступает в 7-8 месяцев. За один продуктивный цикл самка откладывает 2 яйца, затем их насиживает в течение 17-18 дней. После вывода птенцов в течение 8-10 дней их кормят родители. Любопытно, что в насиживании яиц и выкармливании выведенных голубят принимает самое непосредственное участие и самец. Откорм голубей на мясо проводят до 4-х недельного возраста [39].

Молодняк мясных голубей отличается очень высокой скороспелостью. При оптимальных условиях кормления и содержания мясные голубята уже к 4-недельному возрасту достигают живой массы 600-800 гр., а от одной пары голубей в среднем можно получить по 12-14 птенцов, или 7-10 кг мяса.

Промышленное разведение **фазанов** налажено в Италии, Югославии, Словакии, Голландии, Англии, Северной Ирландии и других странах. Для выращивания используют чаще всего обыкновенного фазана, а также золотистого, серебристого, алмазного и других видов.

Фазан – довольно скороспелая птица. Живая масса в 13-недельном возрасте самок составляет 600-630г., самцов 800-850 г, а в 17-недельном возрасте соответственно – 700-750 г и 900-1000 г. Живая масса взрослых самцов – 1,5 кг, самок – 1,0 кг. Затраты кормов на 1 кг прироста молодняка составляют 4-5 кг.

Яйценоскость птицы за сезон – 40-80 яиц. Средняя масса яйца – 32-34 г. с колебаниями от 27 до 35 г. Инкубационные качества яиц фазанов невысокие, выводимость их составляет 55-65%. Продолжительность инкубационного периода 24-25 суток.

В последние годы в ряде стран ведется селекционная работа по созданию пород и линий фазанов. Так, в крупном фазанарном хозяйстве Бекса (Нидерланды) разводят фазанов 15 различных породных групп, в Куксауне в Северной Ирландии работают над созданием линии белых фазанов, отличающихся лучшими мясными качествами по сравнению с пестроокрашенными.

Известно Шаланкивское фазанарное хозяйство в Закарпатской области (Украина). В данном хозяйстве ежегодно инкубируют более 26 тыс. яиц фазанов и реализуют не менее 15 тыс. фазанов в другие области и страны СНГ.

В южных районах нашей страны созданы специальные фазанарии, где разводят, как правило, обыкновенного фазана. Однако племенного хозяйства по разведению фазанов пока в стране нет.

В недалеком будущем в резерв промышленного птицеводства могут войти и некоторые другие виды птицы (куропатки, тетерева, глухари, дикие кряковые утки, рябчики, дрофы, вальдшнепы и др.). В настоящее время в ряде питомников нашей страны и за рубежом развиваются методы искусственного разведения этих видов птицы.

3.3.1. Гусеводство – стратегическое направление развития животноводства сектора личных подсобных хозяйств населения

Инвестиционный проект “Гуси”

1. Инвестиционный проект «Гуси» (первый этап)

При обосновании необходимости развития гусеводства в Брянской области необходимо отметить, что до сих пор речь шла об экстенсивных и интенсивных методах развития сектора ЛПХ без

учета его структурных изменений. Однако, необходима стратегическая программа развития областного сектора ЛПХ, которая учитывала бы изменение существующей структуры производства. Анализ продовольственной безопасности населения Брянской области показал, что оно в достаточной степени обеспечено продукцией растениеводства, но в его рационе недостаточное количество белковых продуктов, а именно продукции животноводства. Поскольку из всех видов скота и птицы наименьшее количество дефицитных зерновых кормов требуют только гуси, находящиеся в основном на пастбищном содержании, то мы считаем, что важнейшим структурным компонентом должно стать преимущественное развитие гусеводства. В пользу нашего выбора говорит и тот факт, что только трехразовая прижизненная ощипка гусей полностью окупает затраты на их содержание. Трудозатраты при пастбищном содержании гусей также значительно ниже, чем при содержании в ЛПХ других видов скота и птицы. Кроме того, как уже было сказано выше, гусиный жир способствует выводу радионуклидов из организма млекопитающих [47], что особенно важно для населения Брянской области, серьезно пострадавшего от радиационного воздействия в результате аварии на Чернобыльской АЭС в 1986 г.

Рассмотрим какие доходы может получить семья, содержащая родительское стадо гусей в количестве 4 головы (3 гусыни и 1 гусак) и выращивающая 30 гол. гусей, полученных от собственного родительского стада на примере семьи Афонасовых из д.Городцы Трубчевского района. Разведением гусей данная семья занимается на протяжении 30 лет, так как считает это делом выгодным. В хозяйстве разводят гусей Холмогорской породы.

Усадьба расположена в 0,5 км от пастбища и в 1 км от посевов зерновых культур. Это способствует экономии времени на заготовку зеленых кормов и позволяет заменять часть покупных зерновых кормов остатками зерна на полях после уборки зерновых культур.

В год расход зерновых кормов на содержание родительского стада, состоящего из 4 гусей, составляет: 12 кг зерна и 15 кг комбикормов в расчете на 1 голову. Зерно и комбикорм приобретается у частных лиц осенью по цене 10,0 руб. за 1 кг зерна и 12 руб. за 1 кг комбикорма. Стоимость концентрированных кормов для 4 взрослых гусей составляет 1200 руб. Помимо концентрированных кормов, гуси получают сенную труху, введенную в мешанки из нестандартных овощей и картофеля, а также кухонных отходов. С ранней весны и до поздней осени гуси пасутся на пастбище. Яйценоскость 1 гусыни в среднем составляет 30 шт. яиц в год. 40 яиц остается в хозяйстве для вывода гусят, остальные используются для пищевых целей и

обмениваются на яйца других видов птицы с односельчанами.

Под 1 гусыню подкладывается по 13 яиц. Если ко времени насиживания для вывода гусят яиц не хватает, то их одалживают у других владельцев ЛПХ, или меняют на куриные или утиные яйца. На яйца гусынь сажают в конце марта – первых числах апреля. На 28 день начинается процесс вывода гусят. Процент вывода в среднем составляет 60-65. Сохранность молодняка в среднем – 92%. Гусят выращивают под гусынями. Расход кормов для молодняка гусей следующий: в первую неделю гусятам дают 400 г зерномучных кормов, 150 г творога и зеленую рубленую траву. Во вторую неделю гусятам дают до 1200 г зерномучных кормов, 400 г творога и зеленый корм, в третью неделю до 3000 г зерномучных кормов и до 750 г творога, а также зеленый корм.

Таким образом, расход зерномучных кормов за 3 недели откорма составит 32,0 кг на все поголовье молодняка. Расход творога примерно 9 кг. Если учесть, что стоимость зерномучных кормов в среднем составляет 12 руб. за 1 кг, а творог в сельской местности продается в среднем по 120 руб. за 1 кг, то затраты на корма для 30 гусей в первые 3 недели откорма составят 1464,0 руб.

Гусят в хозяйстве выращивают в среднем до 75 дней и забивают. За этот период всего расходуется 60 кг концентратов и 9 кг творога. Поэтому стоимость кормов составляют 1800,0 руб. Зеленые корма получают с пастбища, используют также сорную растительность, оставшуюся после прополки овощных культур. В качестве кормов животного происхождения кроме творога используют дождевых червей и различных насекомых (майских жуков и т.д.), а также кухонные отходы (обрезь мяса и рыбы, непригодные в пищу людям, воду, оставшуюся после мытья посуды, в которой хранились молочные продукты и т.д.).

При достижении 75 дневного возраста 5 гусей владельцы ЛПХ, обычно, безвозмездно передают родственникам, а 25 забивают. После забоя от 25 гол. гусей получают в убойной массе 57,5 кг мяса, 3,1 кг печени и сердца, 3,1 кг желудков, 1,7 кг жира, 4,8 кг пуха-пера.

В ценах на начало 2010 г. мясо гусей стоило на свободных рынках от 250 руб. за 1 кг и выше, печень и сердце в среднем по 180 руб. за 1 кг, желудок по 140 руб. за 1 кг, жир по 350 руб. за 1 кг, пухо-перо по 200 руб. за 1 кг. Таким образом, при реализации продукции гусеводства, полученной от 25 гусей, можно получить выручку в размере 16752,0 руб., или в расчете на 1 гуся 670,1 рубля. Затраты на корма составят: 1800 руб. на все поголовье, или 72,0 руб. на 1 голову. Условная прибыль на 1 голову составит: $670,1 - 72,0 = 598,1$ руб.

В целом же условную прибыль от ведения гусеводства в хозяйстве определим, вычтя из выручки от реализации затраты на корма для молодняка и родительского стада гусей: $16752,0 - 1800,0$

- 1200,0 = 13752,0 руб., или 550,1 руб. на 1 голову.

Таким образом, расчет внутренней эффективности гусеводства показал, что затраты ниже прибыли на 81%.

(Данные получены исходя из расчета внешней эффективности с учетом затрат труда и уровня заработной платы, сложившейся в сельскохозяйственных организациях Брянской области в 2009 г.).

Далее рассчитаем внешнюю эффективность отрасли «гусеводство» в ЛПХ населения.

Затраты труда на приготовление и раздачу кормов и воды, а также выгон гусей на пастбище, составляют в день 2 часа 15 мин, на убой и послеубойную обработку птицы до 20 минут на 1 голову, или 8,5 часов на все поголовье. Реализация продукции производится на рынке в г. Трубчевск, пухо-перо реализуется на дому перекупщикам. В среднем затраты труда составляют на эти цели 6 часов.

Таким образом, затраты труда на уход, послеубойную обработку и реализацию продукции гусеводства составят за 75 дней откорма 176 часов. При затратах труда 176 часов, получают доход в 14952 руб., то есть за 1 час может быть получена прибыль в размере 84,95 руб. Среднемесячная заработная плата в сельском хозяйстве в 2009 г. составляла 7064,7 руб. в месяц. При этом продолжительность рабочего месяца составляет 176,4 часа. Следовательно, за 1 час оплата труда в сельскохозяйственном предприятии составляет 40,1 руб., что более чем в 2 раза меньше, чем можно получить, содержа на подворье 25 гусей.

Следует подчеркнуть, что по мере увеличения поголовья, возрастает и доход семьи, увеличивается и разрыв в доходах от гусеводства и получаемых на основном месте работы, так как в данном случае возрастают лишь затраты труда на кормление, убой и реализацию, а затраты на выгон гусей на пастбище остаются практически неизменными, как для стада в 25, так и для более высокого поголовья.

Практика выращивания гусей в хозяйствах населения Белгородской области показала, что одновременно выгодно выращивать на подворье не менее 100 голов молодняка гусей. Используя на корм гусятам пищевые отходы из своего хозяйства и зеленые корма, для откорма молодняка до 2,5 месяцев бывает достаточно использовать 2 кг зерновых кормов на 1 кг живой массы гусей. Таким образом, при откорме до 4 кг для откорма 1 гуся потребуется 8 кг зерновых кормов. Опыт семьи Е. Белой свидетельствует о том, что семье из пяти человек, двое из которых работают в школе, 1 пенсионера и двоих школьников под силу содержать на своем подворье до 600 голов гусей [26].

Таким образом, возникает реальная возможность значительно повысить доходы как отдельных семей, так и сектора ЛПХ в целом, тем более, что в России гусеводство всегда было исторически сложившейся, наиболее рентабельной отраслью птицеводства, потребляющей наиболее дорогие зерновые корма в объемах, значительно меньших, чем другие виды птицы.

В начале века Россия занимала первое место в мире по экспорту гусей. Черниговская губерния, куда входили в то время часть районов Брянской области, обеспечивала почти пятую часть Российского экспорта живых гусей в Европу.

Учитывая, что кормовая база в тот исторический период не превосходила нынешнюю в ЛПХ, а общий уровень механизации был гораздо ниже, мы можем констатировать, что существенное увеличение стада гусей при современной кормовой базе – вполне реальный факт.

В Брянской области особенно благоприятные природно-климатические условия развития этой отрасли. На территории области находится 280 рек и речушек, 49 крупных естественных озера, 170 искусственных и естественных водоемов и прудов. В их поймах в изобилии произрастает травянистая растительность – более дешевый по сравнению с другими кормами и хорошо поедаемый гусями вид корма. Благоприятнее всего для развития гусеводства – правобережье реки Десны, где наиболее продуктивные пойменные естественные кормовые угодья (Почепский, Жуковский, Брянской и Выгоничский районы). Издавна гусеводство развивалось и по берегам рек Судость, Ипуть и др. Известны гусеводы Брасовского, Новозыбковского и других районов Брянской области.

Таким образом, в Брянской области есть необходимые естественные условия для развития гусеводства.

По нашему мнению, становление гусеводства, особенно в начальный период, должно осуществляться в рамках сектора ЛПХ. Это не потребует больших инвестиционных затрат и минимум кормовых ресурсов. На пастбище гуси поедают зеленой массы до 2 кг ежедневно (по данным венгерских гусеводов 1 кг зеленой массы хорошего качества заменяет 330 г зерна). Но даже при отсутствии пастбищ содержать эту птицу выгодно. Гусям без ограничения можно скармливать свежую зелень, крапиву, луговое разнотравье, свекольную ботву, капустные листья, сорную растительность, заменяя ими до 70-80% концентратов. Один взрослый гусь потребляет зерновых кормов на 18% меньше, чем взрослая утка и на 30% меньше, чем взрослая индейка. В условиях дефицита зерновых кормов этот фактор очень важен.

Помимо данных факторов, обуславливающих успешное развитие гусеводства в Брянской области, в условиях перехода к рыночной экономике определяющее значение приобретает наличие спроса на продукцию данной отрасли. Его исследование проводилось в ходе изучения рынка продукции гусеводства. Исходным моментом анализа является то, что в Брянской области промышленное гусеводство в настоящее время не существует. Высокие налоги и столь же высокие цены на корма, применяемые при интенсивном откорме, повлияли на увеличение себестоимости продукции гусеводства, так, что держать гусей в общественном секторе стало невыгодно. Сократилось поголовье гусей и на подворьях сельского населения. По нашим подсчетам здесь осталось примерно 2,5 тыс. гусей, или 1,3 головы на 100 дворов сельского населения. Такое поголовье не может обеспечить население региона в объемах, соответствующих рациональным нормам потребления гусяного мяса (1,25 кг на человека в месяц). В 2009 г. производство мяса гусей по нашим прогнозам составило 8,8 т. Из-за рубежа мясо гусей для реализации в розничной торговле области поступает в ограниченных количествах. Таким образом, минимальный возможный объем рыночного спроса ограничен 8,8 т., что составляет на 1 жителя области 6,1 г.

О снижении объема рыночного предложения свидетельствует и сокращение размеров поголовья гусей в хозяйствах населения Брянской области к 2007 г. (табл. 72).

72. Поголовье гусей в собственности населения в Брянской области

Показатели	2000 г.	2003 г.	2007 г.
Численность дворов, тыс. ед.	198,1	195,1	193,9
Поголовье гусей, тыс. гол.	20,2	4,0 ^{*)}	2,0 ^{*)}
Приходится гусей на 100 дворов населения	10,2	2,0	1,3

^{*)} *Рассчитано авторами.*

Имеет место превышение спроса над предложением. Это порождает систематическое увеличение цен на гусяное мясо, особенно перед такими праздничными днями, как Новый год (31 декабря) и Рождество (7 января). В этот период цены на гусей резко возрастают. (Для сравнения: цены на мясо кур 6 декабря 2009 г. на Брянском центральном рынке составляли в среднем 85-100 руб. за 1 кг, а цена на мясо гусей доходила до 300 руб. за 1 кг. Это более чем в два раза превышает цену 1 кг мяса кур) [43].

Потенциальная емкость рынка в соответствии с нормами питания была рассчитана нами, исходя из следующей методики. По нормам рационального питания потребление гусятины должно составлять 1,25 кг на человека в месяц.

Население Брянской области на 1.01.2010 г. составляло 1292,1 тыс. человек. Следовательно, потребность в мясе гусей в области должна составлять примерно: $(1,25 \text{ кг} \times 1292100) \times 12 \text{ месяцев} = 19381,5 \text{ т}$.

Для обеспечения данной потребности необходимо иметь 5,5 млн. гусей. (Средний вес тушки гуся без потрохов, лапок и головы нами принят на основании средних послеубойных весов гусиных тушек, реализуемых на продовольственных рынках г. Брянска, составляет 3,5 кг).

Мы провели изучение покупательского спроса на продукцию гусеводства, исходя из доходов населения и сделали прогноз потребления мяса гусей.

Наши расчеты показали, что наибольшее количество мяса гусей в перспективе при доступных ценах может потреблять население с доходами свыше 25000 руб. в месяц, которое составляло в 2009 г. 7,2% от общей численности населения области. Оно может составить 33,0 кг. мяса гусей в год. Полученные данные позволили определить реальный объем рынка мяса гусей – 199910,7 т. Для его получения необходимо, чтобы их стадо в области составляло не менее 5,9 млн. голов.

Исходя из этого, мы предлагаем экономическое обоснование формирования данного стада, учитывающего минимизацию издержек и максимизацию рентабельности. Оно изложено в проекте «Гуси». Последний предполагает формирование такого стада, поэтапный процесс. На первом этапе необходимо добиться поголовья равного 20-25 тыс. гусей, которое уже существовало в начале 50-х годов прошлого века в Брянской области.

Первый этап, в принципе, может быть реализован традиционным путем-средством межрегиональных закупок молодняка гусей и продажи его населению. Однако мы предполагаем в первый год закупать не готовый молодняк, а инкубационные яйца в других областях, например, в Курской, Белгородской, Гомельской, Могилевской, Минской и т.д. При этом нами определен наиболее приемлемый для инкубации гусиных яиц тип инкубатора модели «Универсал-55» и др. подобного вида. Их вместимость в зависимости от веса гусиных яиц в среднем составляет 30738 гусиных яиц.

Рассмотрим различные варианты реализации проекта «Гуси». Они приведены в таблице 73.

Наиболее оптимальным является вариант при инкубации 36300 яиц. В результате его реализации может быть получено тре-

буемое поголовье молодняка гусей в 20000. Стоимость реализуемого поголовья молодняка гусей его составит 3,0 млн. руб.

Выручка от реализации 841,52 тыс. руб. Рентабельность производства – 38,9%.

73. Экономическая оценка вариантов реализации проекта «Гуси»

Показатели	Количество инкубированных яиц			
	10000	15000	20000	36300
Получено гусят, гол.	5525	8287	11050	20000
Реализация, руб.	82875	124305	165750	300000
Издержки (совокупные), руб.	61697	91416	121146	215848
Себестоимость 1 гусенка, руб.	111,7	110,3	109,6	107,9

Таким образом, область уже в первый год может выйти на общее поголовье стада в размере 20 тыс. гол., не только не потерпев от этого убытки, но и получив значительную прибыль. Более того, в ходе реализации данного варианта могут быть заложены условия дальнейшего расширенного воспроизводства стада гусей в регионе. Так, учитывая, что из 20 тыс. голов будет получено 10 тыс. гусынь и 10 тыс. гусаков, а рекомендуемое их соотношение составляет 1:3, на племя необходимо будет оставить 10 000 гусынь и 3333 гусака. Таким образом, населению для откорма на мясо может быть передано 6667 гусаков. С учетом имевшегося на момент реализации первого этапа проекта у населения стада в количестве 2500 гол. в основном беспородных гусей, их целесообразно также поставить на откорм с целью дальнейшего забоя.

Таким образом, уже в первый год реализации проекта у населения будет сформировано вместо имеющегося в настоящее время стада в 2500 голов стадо гусей в количестве 8867 голов.

Следовательно, в результате реализации проекта, стадо гусей в области может при минимальных издержках увеличиться в три раза. При этом на столько же увеличиваются возможности для его расширенного воспроизводства.

Возможен и другой вариант первого этапа развития гусеводства в Брянском регионе, который рассматривает экономический механизм реализации проекта на районном уровне. Для этого специально был выбран Новозыбковский район, особенно пострадавший от аварии на Чернобыльской АЭС. В результате проведенных там исследований было установлено, что в районе существует высокий спрос на продукцию гусеводства и имелась инкубаторно-птицеводческая станция, располагающая всем необходимым оборудованием, которую следует восстановить. Предлагаем инвестиционный проект «Гуси», составленный для функционирования ИПС на районном уровне.

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПРОЕКТ “ГУСИ”

1. Целями инвестиционного проекта являются:

обоснование рентабельности выбранного вида деятельности-производства молодняка птицы на действующих собственных производственных площадях и реализация его населению, фермерским и сельскохозяйственным предприятиям;

выявление условий рынка и прогноз продаж готовой продукции;

оценка финансовых результатов и построение финансовой стратегии предприятия.

Задачами предприятия в инвестиционный период являются:

осуществить подготовку производства к обеспечению замкнутого технологического цикла (первая очередь – производство на основе закупленных племенных яиц птицы; вторая очередь – собственная инкубация молодняка птицы с промышленным производством яиц от племенного стада птицы с последующей их реализацией сельским товаропроизводителям). В перспективе возможно проведение технического переоснащения птичника и обеспечивающей инфраструктуры, обновление парка машин и технического оборудования;

обеспечить самофинансирование за счет накопления массы прибыли от производства и сбыта готовой продукции, достаточной для удовлетворения личного потребления и реализации второй очереди развития предприятия.

Выбранный вид деятельности сочетается с региональными программами развития аграрного сектора экономики Брянской области и повышения обеспеченности населения и других сельских товаропроизводителей молодняком гусей с целью смягчения проблемы самообеспечения региона мясной продукцией собственного производства.

Самофинансирование и инвестиционная деятельность ООО «Рябушка» создает базу для закрепления производительных сил на селе и обновления технологии аграрного производства.

2. Предприятие и его продукция

Местоположение и собственность предприятия. Инициатор проекта частная ИПС является самостоятельным субъектом с правом юридического лица, образованным на базе инкубаторно-птицеводческой станции. Штат предприятия – 11 человек. ИПС расположено на территории Новозыбковского района в 13 км от г. Новозыбкова.

Предприятие имеет необходимые средства производства для осуществления своей деятельности: инкубатор мощностью 32-45 тыс. штук яиц за один цикл инкубации и два птичника на 22 тыс. го-

лов кур-несушек. Гусей на этих площадях можно разместить примерно в три раза меньше.

Здания птичников сооружены из бревен на каменном фундаменте. Перекрытия деревянные, крыша шиферная. Помещения птичников оборудованы отоплением, освещением, водопроводом, канализацией, вентиляцией.

Технология и продукция предприятия. Основной вид предполагаемой деятельности – инкубация яйца птицы с последующей реализацией суточных птенцов населению, фермерским и сельскохозяйственным предприятиям области. На этой основе предполагается формирование племенного ядра маточного поголовья; выращивание в собственных птичниках сверх ремонтного молодняка с последующей его реализацией сельскохозяйственным производителям.

Технологический цикл составляет не более четырех месяцев. Это существенно снижает рентабельность деятельности из-за вынужденного простоя основных средств в течение года.

Комбикорма ИПС вынуждена закупать у предприятий-изготовителей комбикормов. Предполагается, что остальные виды кормов им будут поставлять по договорам сельскохозяйственные предприятия и фермерские хозяйства, в обмен на суточный молодняк гусей.

Продукцией ИПС, по исследуемому направлению, является молодняк гусей (суточный и дорощенный до 10 дневного возраста), а также взрослые гуси, пригодные как для племенных целей, так и для дальнейшего забоя. В последующем планируется получение инкубационных яиц от собственного племенного ядра, их инкубация, получение суточного молодняка, его частичная реализация населению. Предполагается также дорощивание и реализация сверх ремонтного молодняка гусей, а также инкубационного яйца, произведенного сверх потребности в нем для полной загрузки имеющихся производственных мощностей ИПС.

На первом этапе планируется производство 43743 голов молодняка гусей для реализации в суточном возрасте, формирование родительского стада в количестве 2537 голов, в том числе 2364 гусыни и 173 гусака и дорощивание сверх ремонтного молодняка в количестве 4763 головы.

3. Инвестиционный план

Предлагаемые меры реализуются в два этапа. Первый – организация получения собственного инкубационного молодняка птицы в количестве 54643 гол., заполнения мощностей птичника, реализация молодняка населению в количестве 47743 гол., формирование родительского стада в размере 2537 гол.

Второй – развитие производственных мощностей до уровня в 106310 инкубационный яиц, при условии ежегодного производства 106310 яиц от собственного племенного стада гусей и реализации 14164 яиц от племенного ядра, пригодных для инкубации.

Данный инвестиционный проект ориентирован на обоснование условий реализации первой очереди, развития предприятия и подготовки производства ко второй очереди. Объектами инвестиций по первой очереди является приобретение племенного инкубационного яйца в количестве 92216 шт. на сумму 5556,8 тыс. руб. за счет собственных средств владельца ИПС.

4. Анализ рынка

Состояние рынка сбыта готовой продукции. На первом этапе осуществления инвестиционного проекта сбыт молодняка гусей в объеме 47343 гол. и планируется осуществлять по договорам с сельскохозяйственными предприятиями области для его дальнейшей передачи работникам сельскохозяйственных предприятий в счет заработной платы по ведомостям.

В свою очередь сельскохозяйственные предприятия рассчитываются с ИПС зерновой продукцией по средним оптовым ценам на фуражное зерно, сложившимся в области на период выполнения договорных обязательств. Возможна также оплата другими видами сельскохозяйственной продукции: кормами, необходимыми для доращивания сверх ремонтного молодняка, мясом, картофелем, овощами и т.д., которые ИПС в дальнейшем реализует по наиболее выгодным для них каналам.

В условиях дефицита денежной наличности у сельских товаропроизводителей, это наиболее приемлемая форма взаиморасчетов а также стабильный канал реализации сельскохозяйственной продукции.

Более того, маркетинговые исследования, проведенные авторами в 2000- 2009 гг. г. в 25 районах Брянской области позволили сделать вывод о том, что из общего числа опрошенных сельских жителей 86% владельцев обследованных ЛПХ хотели бы содержать гусей на своих подворьях, отдавая предпочтение именно вышеназванной форме приобретения молодняка гусей.

Аналогичные исследования в Новозыбковском районе в 2003-2009 г.г. показали, что здесь 70% из общего числа опрошенных 338 респондентов также изъявили желание приобретать молодняк гусей на основе сотрудничества с ИПС. Исходя из этого соотношения, производим расчеты. Они показывают, что ООО «Рябушка» может сбывать в Брянской области при условии наращивания своих

мощностей более 150 тыс. голов молодняка гусей в ЛПХ, в том числе в Новозыбковском районе потребителями данной продукции могут стать около 6,0 тыс. ЛПХ.

5. План производства

Расчет объемов оборота. Исходные данные:

Мощность хозяйства 7,3 тыс. голов гусей одновременно (в том числе 4763 гол. птицы сверхремонтного молодняка, 2537 гол. маточного стада).

Продукция: основная – молодняк гусей, гуси в 75 дневном возрасте из числа сверх ремонтного молодняка.

Цикл для производства молодняка гусей – 31 день. Кратность закладки – 3. Мощность инкубаторов – 33072 шт. яиц одновременно. Процент выхода с учетом падежа – 55. В этом случае производство молодняка гусей для реализации сельскохозяйственным предприятиям и фермерским хозяйствам составит: 47343 головы.

Производство гусей дорощенных до 75 дневного возраста может быть так же доведено до 4763 головы.

Издержки производства приведены в таблице 74.

74. Экономическая оценка этапов реализации инвестиционного проекта “Гуси”

Показатели	I этап	II этап
Получено гусят, гол.	47343	47343
Реализация, тыс. руб.	6628,0	4734,4
Затраты, тыс. руб.	6203,2	3349,2
Себестоимость 1 гусенка, руб.	113,68	36,2
Прибыль, тыс. руб.	424,8	1385,2
Уровень рентабельности, %	6,8	41,2
Выращивание гусят до 75 дневного возраста, тыс. гол.	4763	4763
Реализация, тыс. руб.	3048,4	3048,4
Затраты, тыс. руб.	1846,0	1675,2
Себестоимость 1 гуся, руб.	387,6	351,6
Прибыль, тыс. руб.	1202,4	1373,2
Уровень рентабельности, %	65	82
Получено инкубационных яиц для реализации, шт.	14164	14164
Реализация, тыс. руб.	850,0	850,0
Затраты, тыс. руб.	512,8	498,4
Себестоимость 1 яйца, руб.	36,20	35,20
Прибыль, тыс. руб.	337,2	351,6
Уровень рентабельности, %	65,8	70,5

На втором этапе освоения проекта, исходя из результатов первого этапа, предполагается использовать инкубационные яйца от собственного родительского стада, что существенно снизит за-

траты на производство данного вида продукции и позволит снизить цену на суточный молодняк со 140 до 100 руб. и увеличить количество потенциальных потребителей продукции гусеводства. Подробно результаты второго этапа представлены в таблице 74.

В расчетах учитывалось, что реализация продукции гусеводства будет осуществляться непосредственно на территории ИПС работниками бухгалтерии, в чьи обязанности входит данный вид работы. В целом этапы реализации инвестиционного проекта приведены в таблице 74.

6. Стратегия маркетинга и сбыта

Сбыт готовой продукции ИПС организует по мере освоения этапов бизнес-плана. В случае появления на рынке данного вида продукции конкурентов из других регионов, предприятие в качестве коммерческой стратегии может определить для себя стратегию «ценовой дискриминации» конкурентов. Такой подход в борьбе за рынок сбыта возможен путем снижения доли прибыли в цене на живых гусей и племенное яйцо, а также в силу значительного запаса финансовой прочности бизнеса.

Будучи единственным специализированным предприятием по выпуску продукции гусеводства, ИПС в состоянии удержать 70 % доли рынка гусей в Новозыбковском районе.

Таким образом, в Брянской области есть все необходимые условия чтобы уже в 1-й год выйти на уровень 20-25 тысяч гусей и более. При этом будут задействованы внутренние резервы на основе изменения в структуре сектора ЛПХ, создания основы высокоэффективной, рентабельной отрасли. Кроме того, это будет существенный шаг в решении проблемы продовольственного самообеспечения области мясной продукцией, повысит доходность владельцев ЛПХ.

2. Инвестиционный проект «Гуси» (второй этап)

Первый этап реализации инвестиционного проекта «Гуси» является лишь началом развития данной важной отрасли животноводства в Брянской области. Однако нами разработан второй долгосрочный этап его реализации. Предполагаемая продолжительность которого 10 лет. Такие сроки приняты нами, исходя с одной стороны из ограниченности инвестиционных ресурсов, а с другой они предполагают постепенность формирования данной отрасли с условием создания для ее развития инфраструктурных рыночных подразделений. Периоды реализации проекта гуси на втором этапе приведены в таблице 75.

Второй этап реализации проекта «Гуси» предполагает формирование племенного ядра на ИПС области за счет передачи им в первый год осуществления проекта из ОАО «Птицефабрика «Снежка» 10000 гол. гусынь и 3333 гол гусаков.

75. Экономические показатели периодов реализации инвестиционного проекта «Гуси»

Годы	Закупки и получение яйца от родительского стада, шт.	Получено яиц		Получено молодняка, гол.	Оставлено на племя, гол.		Родительское стадо, гол.		Поставлено на откорм, гол.	Получено мяса, т
		инкубационных, шт.	пищевых, шт.		гусынь	гусаков	гусынь	гусаков		
I	36300	36300	-	20000	10000	3333	-	-	8867	3110
II	45000	300000	150000	165000	82500	27500	10000	3333	55000	192500
III	4162500	2775000	1387500	1526250	50000	16667	92500	30833	1459583	5108,5
IV	6412500	4275000	2137500	2351250	50000	16667	142500	47500	2284583	7996,0
V	8662500	5775000	2887500	3176250	50000	16667	192500	64166	3176250	11116,9
VI	1092500	7275000	3637500	4001250	50000	16667	242500	80833	3934583	13771
VII	13162500	8775000	4387500	4826250	50000	16667	292500	97500	4759583	16658,5
VIII	15412500	10275000	5137500	5651250	35000	11666	342500	11467	5604584	19616
IX	16987500	11325000	5662500	6228750	10340	3446	377500	125833	6214964	21752

Такое обоснованное нами ранее поголовье родительского стада можно разместить на трех из восьми подлежащих восстановлению инкубаторно-птицеводческих станциях, имеющих ранее в Брянской области.

Исходя из имеющегося там родительского стада, во второй год реализации проекта, можно будет получить 450 тыс. яиц (яйценоскость гусынь примем 45 яиц на 1 гусыню), из которых будет оставлено для инкубации 300 тыс., а 150 тыс. может быть реализовано на пищевые цели.

Расчетный выход молодняка из этого количества инкубационных яиц составит 165 тыс. гол.

Проектом предусмотрено расширенное воспроизводство молодняка гусей. Для этого предполагается использовать все ресурсы восьми бывших в Брянской области ИПС. При этом первоначально в рамках муниципальной программы предполагается увеличить маточное поголовье на трех ИПС и оставить на них для племенных целей 24592 гол. гусынь и 8197 гусаков для формирования в дальнейшем родительского стада еще в 5 ИПС. Оставшаяся часть: 57908 гусынь и 19303 гусака будет передано в ЛПХ населения также для формирования родительского стада. Еще 55000 гол будут поставлены на откорм. Таким образом, планируемый итог второго года реализации проекта будет следующим. Расширено воспроизводство племенного стада в ИПС и в отдельных ЛПХ. Родительское стадо гусей составит 92500 гусынь и 30833 гусаков. Поставлено на откорм 55000 гол. Получено мяса 192,5 т.

Третий год осуществления проекта. От запланированного родительского стада гусей, содержащихся на ИПС и в хозяйствах населения, в соответствии с имеющимися нормативами, предположительно, может быть получено 4162,5 тыс. яиц. Из них в соответствии с расчетными данными – 2775 тыс. может быть оставлено для инкубации, т.к. такое количество яиц для инкубации гарантируется спросом на молодняк гусей, прибыльностью и рентабельностью их производства, а также регулирующими мерами со стороны администрации области: льготные кредиты, снижение уровня налогообложения. Оставшееся 1387500 тыс. яиц можно будет реализовать для пищевых целей. Из инкубационных яиц можно получить 1526,25 гол молодняка. Из них необходимо оставить на племя 50000 гол. гусынь и 16667 гол гусаков.

При этом родительское стадо может в конце года составить 142500 гусынь и 47500 гусаков. На откорм может быть передано 1459,583 тыс. гол. молодняка. Таким образом, планируемые итоги третьего года реализуемого проекта будут следующие. Племенное стадо на конец третьего года составит 142500 гол гусынь. И 47500

гусаков. Поставлено на откорм 1459 583 гол. молодняка, от которого может быть получено: мяса 5108,5 т.

На четвертый год реализации проекта от имеющегося поголовья родительского стада гусей может быть получено 6412500 яиц, в том числе для инкубации оставлено 4275000 яиц, для пищевых целей –2137500 шт., Из инкубационных яиц получено молодняка – 2351250 гол. Оставлено на племя 50000 гол гусынь и 16667 гол гусаков. Родительское стадо гусынь, содержащее в области к концу четвертого года реализации проекта составит 192500 гусынь и 64166 гусаков. На мясо будет оставлено 2284583 гол. молодняка, от которого будет получено мяса 7996,0 т.

На пятый год реализации проекта от имеющегося родительского стада будет получено 8662500 яиц, из которых для инкубации будет оставлено 5775000 шт. и для пищевых целей- 2887500 шт. Из инкубационных яиц будет получено молодняка – 3176250 гол, оставлено на племя- 50000 гол гусынь и 16667 гол гусаков. Родительское стадо гусынь к концу пятого года составит 242500 гол гусынь и 80833 гол гусаков. На откорм будет поставлено 3176250 гол молодняка, от которого будет получено 11116,9 т. мяса.

На шестой год реализации проекта от имеющегося родительского стада в области может быть получено 10912500 яиц, из которых 7275000 будет оставлено для инкубации, а 3637500 для пищевых целей. Из инкубационных яиц будет получено 4001250 гол. молодняка. 50000 гол гусынь и 16667 гол гусаков. К концу шестого года родительское стадо гусынь составит 292500 гол и 97500 гол гусаков. На откорм будет поставлено 3934583 гол. гусей, от которых будет получено 13771 т мяса.

На седьмой год реализации проекта от имеющегося в области родительского стада может быть получено 13162500 яиц, из которых для инкубации будет оставлено 8775000 шт., для пищевых целей- 4387500 шт. Из инкубационных яиц будет получено молодняка 4826250 гол., из которых на племя будет оставлено 50000 гол гусынь и 16667 гол гусаков. К концу седьмого года родительское стадо гусынь составит 342500 гол, гусаков- 114167 гол. На откорм будет поставлено 459583 гол, от которых будет получено 16658, 5 т. мяса.

На восьмой год реализации проекта от родительского стада гусей будет получено 15412500 шт. яиц, из которых для инкубации будет оставлено 10275000 шт., для пищевых целей – 5137500 шт. Из инкубационных яиц будет получено 5651250 гол. молодняка, из которых 35000 гол гусынь и 11666 гол. гусаков будет оставлено на племя. К концу восьмого года родительское стадо гусей составит 377500 гол. гусынь и 125833 гол. гусаков. На откорм будет оставлено 560484 гол. молодняка, от которого будет получено 19616 т. мяса.

На девятый год реализации проекта от родительского стада гусей будет получено 16987500 шт. яиц. Из которых 11325 яиц будет оставлено для инкубации и 5662500 оставлено для пищевых целей. Из инкубационных яиц будет получено 6228750 гол. молодняка. Из которых будет оставлено на племя 10340 гол гусынь и 3446 гол. гусаков. К концу девятого года родительское стадо гусынь составит 387840 гол и гусаков – 129279 гол. На откорм будет поставлено 6214964 гол. гусей, от которых будет получено 21752 т. мяса, из которых 19910,7 т. будет потребляться в Брянской области, а 1841,3 реализовываться за ее пределы, что соответствует задачам инвестиционного проекта.

Исходя из анализа прибыльности и рентабельности выращивания и реализации гусят, а также из данных, разработанного нами инвестиционного проекта «Гуси», можно сделать вывод о том, окупаемость затрат составит 4,3 года.

В случае успешной реализации проекта на всех этапах, уже на шестой год ИПС смогут существовать за счет собственных средств и успешно развиваться.

Таким образом, на девятый год осуществления проекта может быть получено такое количество мяса, которое может удовлетворить спрос на селения и по рациональным нормам и в соответствии с платежеспособным спросом населения. В конце реализации проекта по нашим подсчетам на 8 ИПС может откармливаться 31,2 тыс. гол, или по 3,9 тыс. на 1 ИПС. При этом в хозяйствах населения предположительно будет находиться 6395,46 тыс. гол.

Родительское стадо на 8 ИПС составит 32,8 тыс. гол, в том числе 24,6 тыс. гол. гусынь и 8,2 тыс. гол гусаков. В 1 ИПС будет содержаться 3075 гол. гусынь и 1025 гол. гусаков, составляющих племенное стадо.

По нашим расчетам на девятый год в хозяйствах населения будет содержаться племенное стадо гусей в количестве 363,2 тыс. гол. гусынь и 121,08 гол гусаков. Всего 484,28 тыс. гол.

Поскольку проект предусматривает постоянное и неуклонное увеличение стада гусей на подворьях, постольку необходимо рассмотреть возможное распределение гусей по отдельным хозяйствам. При этом в расчетах принимаем, что 37% владельцев ЛПХ не содержат все виды скота.

В таком случае, в каждом ЛПХ должно содержаться по 62 гол. гусей. В дальнейшем при формировании узкоспециализированных на производстве мяса гусей ЛПХ количество поголовья гусей в них можно довести до 100 на 1 хозяйство.

Долгосрочная реализация данного проекта будет возможна

только при соблюдении ряда дополнительных условий. Важнейшим из них является кооперация хозяйств населения с сельскохозяйственными предприятиями и ИПС области.

Учитывая уже накопленный опыт, мы предлагаем уже на первом этапе развития гусеводства следующий механизм кооперации между сельскохозяйственными предприятиями, инкубаторно-птицеводческими станциями и владельцами личных подсобных хозяйств (рис. 27).



Рис. 27. Механизм кооперации инкубаторно-птицеводческих станций и птицефабрик с сельскохозяйственными предприятиями и личными подсобными хозяйствами населения

Он заключается в следующем. Инкубаторно-птицеводческие станции и птицефабрики области приобретают инкубационные яйца гусей за пределами области, инкубируют их и на договорной основе (в обмен на зерно поставляют сельскохозяйственным предприятиям).

Последние на договорной основе передают молодняк владельцам личных подсобных хозяйств для его дальнейшего выращивания и откорма, снабжая их зерновыми кормами и обеспечивая ветеринарным обслуживанием. Главное условие договора: 70% взятого на откорм поголовья после доращивания будет возвращено сельскохозяйственному предприятию.

Возможен и другой механизм взаимодействия сельскохозяйственных предприятий и личных подсобных хозяйств населения. Он предполагает, что инкубаторные станции области по договору передают сельскохозяйственным предприятиям молодняк птицы в обмен на зерно, а те в свою очередь, по ведомости в счет заработной платы передают его населению.

Однако при большом размере стада молодняка гусей, взятого на откорм, у населения неизбежно возникнут сложности со сбытом данного вида продукции животноводства и здесь кооперация с сельскохозяйственными предприятиями – наиболее приемлемый вариант реализации гусей. Более того, следует предусмотреть изменения в кооперации сельскохозяйственных предприятий с инку-

баторными станциями и хозяйствами населения при производстве и сбыте продукции гусеводства. Схема данных кооперативных связей представлена на рисунке 28.

В соответствии с разработанным инвестиционным проектом «Гуси» для организации производства молодняка гусей в области необходимо предусмотреть использование льготных, или вообще беспроцентных долгосрочных кредитов банка. Проведенные расчеты показали, что для реализации данного проекта необходимо выделение ИПС беспроцентного кредита сроком на 5 лет в сумме 85605 тыс. руб., в том числе 17142 тыс. руб. ежегодно с индексацией выделяемых средств с учетом инфляции. При этом понадобится привлечение не только отечественного, но и иностранного капитала путем создания привлекательных инвестиционных проектов для иностранных и отечественных бизнесменов и образования совместных предприятий, или интегрированных систем по производству и переработке продукции гусеводства, пользующейся огромным спросом на международном рынке.

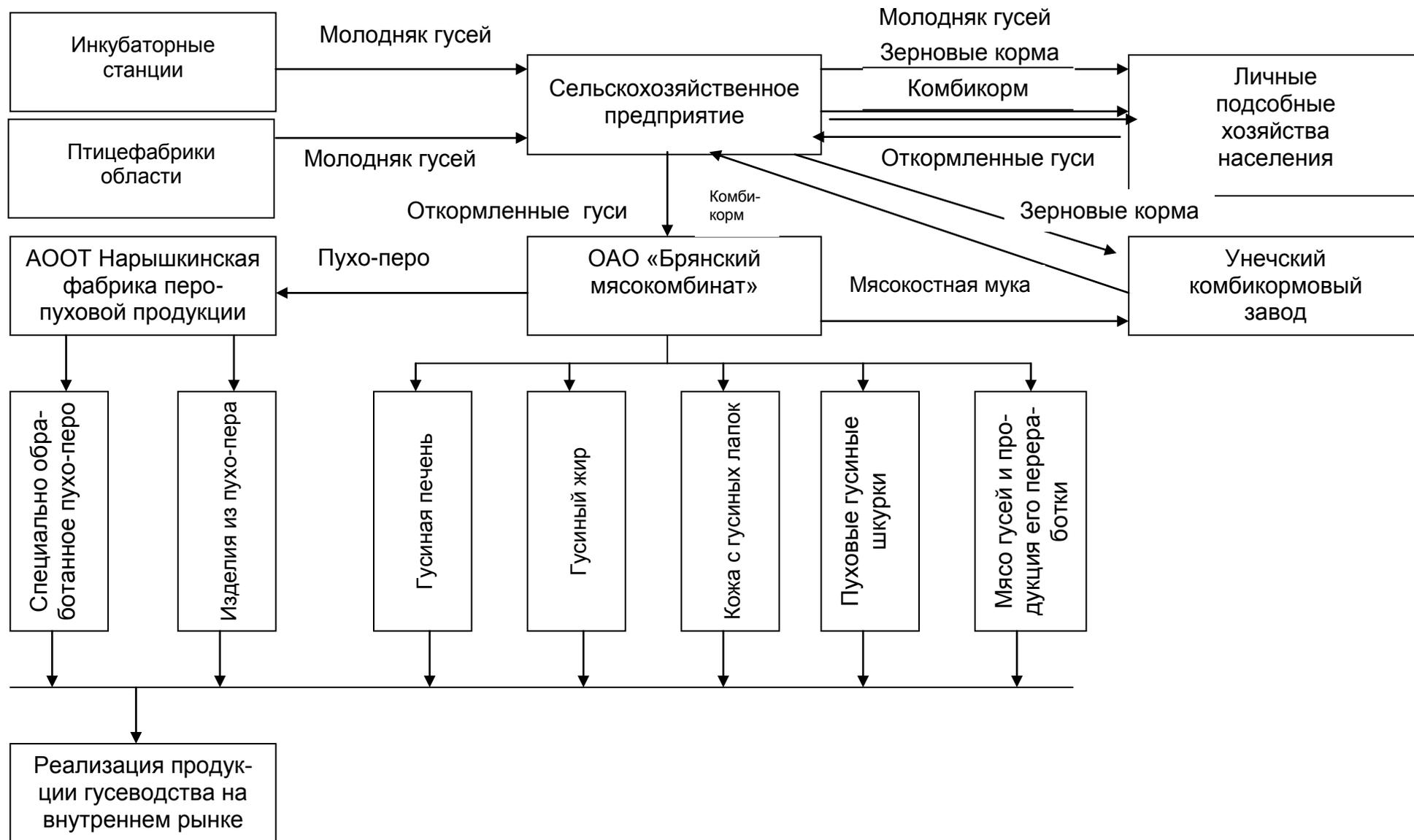


Рис. 28. Схема товародвижения продукции птицеводства и необходимых отрасли зерновых кормов

Исследования и расчеты показали, что птицефабрики и инкубаторно-птицеводческие станции области готовы не только к инкубации, но и доращиванию молодняка гусей. Имеется необходимое оборудование и помещения, специально обученный персонал. Важным выступает и тот факт, что интегрированные системы предприятий должны быть сориентированы на глубокую переработку продукции и ее реализацию через собственную фирменную торговую сеть.

Разработанная нами схема создания ассоциации производителей и переработчиков продукции гусеводства позволяет осуществлять процесс производства и переработки продукции гусеводства в значительных масштабах

При этом в ассоциации все участники сохраняют права юридического лица. Механизм взаимодействия участников интегрированной системы следующий. ИПС и птицефабрики области производят инкубирование гусиных яиц и затем передает молодняк на основе договора сельскохозяйственным предприятиям.

Последние на договорной основе передают молодняк для выращивания своим работникам, имеющим возможности для выращивания гусей. Кроме того, сельскохозяйственные предприятия поставляют необходимое для выращивания гусей количество комбикормов, получаемых ими на договорной основе из Унечского комбикормового завода. После откорма гуси передаются, в обусловленных договором количествах, в сельскохозяйственные предприятия. Уже отсюда они крупными партиями доставляются в ОАО Брянский мясокомбинат, где планируется производить забой гусей, переработку продукции гусеводства и ее дальнейшую реализацию. Пухоперьевое сырье данное предприятие поставляет для дальнейшей обработки и реализации АООТ Нарышкинской фабрики перо-пуховой продукции, расположенной в Орловской области. После получения денежных средств за реализованную продукцию происходит окончательный расчет между участниками в соответствии с внесенным вкладом.

Совместные предприятия можно создавать на основе интеграции производственных подразделений, начиная с получения молодняка гусей и кончая ощипкой забитой птицы.

При этом выигрывают не только ЛПХ, но и сельскохозяйственные предприятия, сосредотачивающие в своих руках готовую к реализации продукцию и находящие наиболее выгодные для нее рынки сбыта. Выигрывают и инкубаторно-птицеводческие станции, поставляющие на договорной основе молодняк крупными партиями для реализации. В частности, исходя из данного варианта, может быть обеспечена реализация предполагаемого поголовья гусей.

3.4. Совершенствование внутрихозяйственных отношений

Организация хозрасчетных экономических отношений в сельскохозяйственных предприятиях как важнейшего звена в стратегии развития сельскохозяйственного производства и инструмента рационального управления требует систематического научного обеспечения [309].

Основополагающим положением (условием) деятельности практически любого хозрасчетного производственного подразделения является соотношение расходов с полученными доходами. Выполнение данного условия – предпосылка эффективной производственной деятельности каждого трудового коллектива. И если сумеешь оценить это положение, как и другие хозрасчетные принципы работы, и настойчиво идти в данном направлении, будет успех. Хозрасчет нельзя внедрить на год, на полгода или на какой-то период. Хозрасчет – это постоянное состояние любого хорошо функционирующего предприятия, подразделения.

Весь комплекс работ по организации хозрасчета, по нашему мнению, можно объединить в три крупных блока:

- формирование программы действий и подготовка (разработка) материалов по обеспечению хозрасчетной деятельности (документооборота) первичных подразделений;
- разработка комплекса (системы) управленческих решений и осуществление действий, направленных на успешную реализацию намеченной программы;
- регулярный анализ результатов деятельности, подведение итогов, использование стимулов и мер ответственности работников.

Все три блока, безусловно, важны и необходимы, но главным, на наш взгляд, является второй блок, связанный с системой оптимальных управленческих решений. Отсюда вытекает, что управленческие решения и действия являются определяющими в процессе внедрения хозрасчетных принципов работы любого трудового коллектива.

Отмеченные положения следует принимать во внимание при выборе модели внутрихозяйственных экономических отношений для различных сельхозпредприятий.

Обычно выделяют три основные модели внутрихозяйственных отношений (табл. 76): первые две основаны на хозяйственном расчете производственных подразделений с разной степенью экономической самостоятельности третья базируется на предпринимательском расчете [200, 293, 315].

76. Модели внутрихозяйственных экономических отношений

Элементы экономических отношений	МОДЕЛИ		
	Внутрихозяйственного расчета		Предпринимательского расчета
	1	2	3
Степень самостоятельности в организации производственной деятельности:			
планирование, установление задания по производству и затратам на него	-	+	+
участие в разработке и утверждении экономических нормативов, условий материального снабжения, финансирования, определение договорных цен	-	+	+
выбор технологии организации производства	+	+	+
Степень финансово-экономической обособленности первичных подразделений:			
наличие лицевого счета в бухгалтерии	+		
лицевой или текущий счет в финансово-расчетном центре (или бухгалтерии)	-	+	+
наличие самостоятельного баланса	-	-	+
Критерии оценки деятельности первичных подразделений:			
объем произведенной продукции	+		
затраты на производство	+	-	-
хозрасчетный доход	-	+	-
расчетная прибыль	-	-	+
Формы экономической ответственности:			
частью фонда оплаты труда за конечные результаты	+		
фондом оплаты труда	-	+	+
хозрасчетным доходом	-	+	+
прибылью	-	-	+

Каждое предприятие может использовать любую модель внутрихозяйственных экономических отношений, хотя предпочтение следует отдавать, по нашему мнению, более самостоятельным формам хозяйствования.

По *первой модели* внутрихозяйственные подразделения не наделяются правами собственника ни на средства производства, ни на произведенную продукцию. Основные средства производства закрепляются за ними только на правах пользования. Подразделения имеют право на частичную самостоятельность, которая проявляется в выборе технологий производства продукции, форм организации труда внутри подразделения, организации учета трудового

вклада в достижение результатов работы подразделения и т.п. В то же время у них нет прав вступать в производственные взаимоотношения с другими предприятиями и организациями, иметь самостоятельный баланс и расчетный счет

Данная модель хозрасчета не предусматривает большой самостоятельности подразделений и является не слишком прогрессивной. Но в реальных условиях, когда отсутствуют финансовые ресурсы, имеющиеся средства необходимо централизовать, и очень своеобразен сельскохозяйственный рынок, первая модель хозрасчета является довольно распространенной. Она позволяет добиваться неплохих результатов, особенно при энергичном и болеющим за свое дело руководителе.

По *второй модели* внутрихозяйственных отношений коллективам первичных подразделений предоставляется право распоряжаться всей произведенной продукцией или ее частью, и они вправе самостоятельно вести расширенное воспроизводство за счет своих доходов. В этом случае сельскохозяйственное предприятие фактически является союзом первичных производственных подразделений вспомогательных и обслуживающих служб, совместная производственная деятельность которых нацелена на обеспечение высоких экономических результатов как в целом по хозяйству, так и по каждому подразделению. Отношения собственности внутри сельхозпредприятия при этой модели строятся на основе передачи в собственность подразделениям земельных участков и имущества в размере стоимости земельных долей и имущественных паев членов трудового коллектива подразделения, сдачи во внутрихозяйственную аренду отдельным собственникам или подразделениям излишка земельных участков и имущества сверх их производственной потребности. И наоборот, возможна аренда земли и имущества при их недостатке с целью рационального использования рабочей силы подразделения.

Подразделения предоставляется более высокая степень самостоятельности. Они планируют свою деятельность и наделяются правом распоряжаться частью произведенной продукции. Взаимоотношения подразделений с предприятием и между собой, связанные с движением товарно-материальных ценностей, оказанием работ (услуг), реализацией продукции и т.п., регулируются договорами.

Основой построения хозрасчетных отношений по *третьей модели* выступает коммерческий (предпринимательский) расчет. Подразделениям, работающим по данной модели, предоставляется практически полная экономическая самостоятельность. В их собственности находятся земля и другие средства производства, они могут арендовать их у других предприятий и физических лиц, местной

администрации с выплатой арендной платы. Такие подразделения имеют расчетный счет в хозяйстве, финансово-расчетном центре или банке, вправе осуществлять свою деятельность на основе внутрихозяйственных уставов. Их взаимоотношения друг с другом строятся на основе договоров, за невыполнение которых они несут материальную ответственность, выплачивают штрафы и компенсации. Эти подразделения планируют свою деятельность, могут сами выбирать каналы и способы реализации продукции по рыночным ценам, выполнения работ и оказания услуг. Они самостоятельно приобретают необходимые материально-технические ресурсы, регулируют режим труда и отдыха, создают необходимые условия на рабочем месте и т.п. При такой модели отношений подразделения формируют свой предпринимательский доход, отчисляя из него часть средств на содержание административно-управленческого персонала предприятия, на производственное и социальное развитие хозяйства.

Данная модель может применяться в сельскохозяйственных предприятиях с высоким уровнем рентабельности производства, имеющими высококвалифицированных руководителей производственных и обслуживающих подразделений, обладающих предпринимательской способностью и другими качествами. Это наиболее перспективная модель хозрасчетных отношений, хотя ее широкое использование в настоящее время весьма проблематично. Причина – острый недостаток финансовых ресурсов, разбалансированность производственных связей, недостаточный уровень подготовки руководителей предприятий и др.

По нашему мнению, недостаток этих трёх моделей организации внутрихозяйственных отношений – нечеткость понятия уровня (степени) экономической самостоятельности, которое пока никто не выразил в конкретных показателях меры. Критерии выделения моделей здесь более или менее конкретны лишь в первой и третьей моделях, то есть когда подразделения не обладают хозяйственной самостоятельностью, и когда она доведена до уровня полной самостоятельности.

Вторая модель организации внутрихозяйственного расчета в качестве основы берет возможность подразделений осуществлять процесс воспроизводства за счет собственных средств и выделяет следующие подмодели:

планово-убыточную, когда за счет своих доходов хозрасчетное подразделение не обеспечивает и простое воспроизводство;

самоокупаемость, когда за счет собственных доходов подразделение может обеспечить простое воспроизводство;

самофинансирования, когда внутрихозяйственное подразделение за счет доходов, полученных от своей деятельности, обеспечивает расширенное воспроизводство.

Примером работы по второй модели внутрихозяйственного расчёта может служить интегрированное формирование ООО “Птицефабрика Снежка”. Безусловно, интеграция в сельском хозяйстве области дала положительные результаты. В частности, она позволила большинству вновь созданных хозяйств стать платежеспособными.

Вместе с тем вызывают тревогу ущемление интересов сельскохозяйственных товаропроизводителей, вошедших в интегрированное формирование, их экономические отношения с предприятием-интегратором. Важной составной частью таких отношений является распределительный механизм, обмен производственными ресурсами и услугами, сельскохозяйственным сырьем, распределение дохода или прибыли от реализации конечной продукции на рынке. Основным принцип построения такого распределительного механизма – обеспечение экономического паритета между всеми участниками интегрированной структуры. Только в этом случае каждый из них будет работать не только на себя, но и на партнера, для достижения общего экономического эффекта.

К сожалению, участники интегрированной цепочки исходят из собственных интересов и стремятся получить максимальную выгоду, и меньше всех удастся соблюсти интересы сельскохозяйственным товаропроизводителям. У них очень ограниченные права или они совсем их не имеют. Как показывает практика, несправедливо определен их вклад в конечный результат и распределяется доход от совместной деятельности. Причин тому много, и прежде всего стремление предприятия-интегратора любой ценой в короткие сроки вернуть финансовые ресурсы, вложенные в развитие производства.

Негативные последствия может устранить интеграционный процесс, устанавливая паритетные экономические отношения между участниками. Применимы два способа. Первый – устанавливать справедливые, экономически обоснованные цены на сельскохозяйственную продукцию, поставляемую на переработку. Это означает: нормативная себестоимость продукции плюс доля прибыли сельскохозяйственного товаропроизводителя от конечных результатов совместной деятельности. Такая доля определяется по нормативным затратам на каждой стадии единой технологической цепочки.

Второй способ предполагает прямое распределение прибыли по нормативным затратам участников технологического процесса (или нормативно-ресурсным затратам). Он наиболее справедлив и выгоден всем партнерам интегрированного формирования, так как при этом не завышается прибыль перерабатывающих предприятий и торговли, а следовательно, уменьшается их налоговая база (рис. 29).

В эволюционном плане развитие хозяйственного расчёта

может быть представлено следующей последовательностью моделей (рис. 30).

К модели хозрасчёта с элементами экономического управления (I) относятся разновидности менеджмента затрат. Первая модель хозрасчёта (1) с элементами экономического управления наиболее проста поскольку объектом управления по центрам экономического учета выступает только одна статья затрат – заработная плата персонала. Эта модель нашла широкое распространение в сельскохозяйственной практике. Данная модель позволяет управлять только начислением и выдачей заработной платы работникам производства. Она реализуется в коллективных формах организации и оплаты труда (коллективном подряде и его разновидностях: бригадном, звеньевом). Разновидность административных моделей экономического управления – модель хозяйственного расчёта с учётом оплаты коллективно полученной продукции и частичной выплаты сэкономленных прямых затрат (2). В этом случае дополнительным объектом управления являются прямые производственные затраты, включая переменные и постоянные.

Модель экономического управления по финансовым результатам (II) предполагает расширения объекта управления, так как помимо заработной платы работников в него включены и другие затраты. В животноводстве – это расходы на корма, электроэнергию, ветеринарные мероприятия, другие материалы и услуги. Эти расходы находятся в прямой зависимости от объёма производства.

В растениеводстве в объект управления следует включать затраты на семена, удобрения, средства защиты растений и другие затраты, размер которых зависит от количества произведенной растениеводческой продукции. Следующие модели (4) и (5) предусматривают делегирование структурным подразделениям расчета всех прямых производственных операционных затрат (переменных и постоянных). Здесь общехозяйственные и общепроизводственные затраты в растениеводстве и животноводстве отдельно не выделяются. По ним считаются только прямые затраты и доход, часть которого подлежит изъятию в центр сельхозпредприятия.

По мере повышения ответственности за результаты работы и последующего делегирования на уровень структурных подразделений системы финансово-экономических регуляторов, включающих элементы общехозяйственного и общепроизводственного назначения, вполне реален переход на модели менеджмента с применением трансфертного ценообразования. Общим результатом функционирования данной модели является маржинальный доход (модель (6) на рис. 30) или прибыль от операционной деятельности (модель (7) на рис. 30).



Рис. 29. Схема распределения прибыли по нормативным затратам участников технологического процесса интегрированного формирования

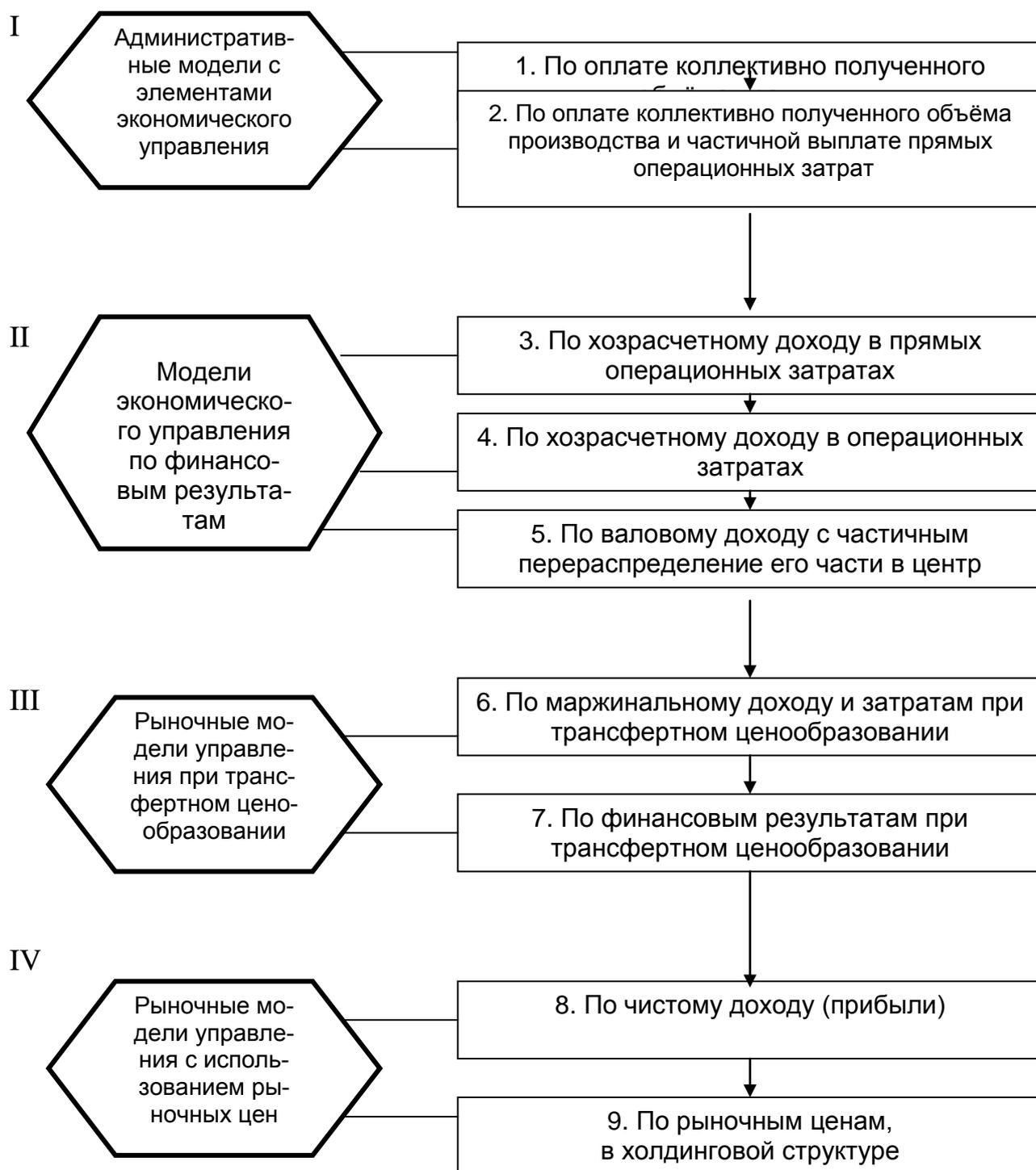


Рис. 30. Развитие моделей хозяйственного расчёта в эволюционном плане

Модели управления с использованием рыночных цен ((8) и (9) на рис. 30 рекомендуются для холдинговых структур, где объектами выступают не внутривозрастные структурные подразделения, а отдельные организации со статусом юридического лица.

Для интегрированного формирования ООО «Птицефабрика Снежжа» могут быть рекомендованы модели 5,6,7 (см. рис. 30).

По нашему мнению, особое внимание при использовании той

или иной моделей хозрасчёта, следует обращать на правильную организацию материального стимулирования работников в зависимости от количества и качества труда.

Интерес всегда был и остаётся одним из самых решающих факторов, побуждающих работников активно участвовать в производственно-хозяйственной деятельности своих коллективов. Этот побудительный мотив еще в большей мере проявляется в хозрасчётных подразделениях.

Основу мотивации труда работников АПК составляют его оплата и другие формы стимулирования. Действующие в настоящий период в агропромышленном производстве многочисленные формы и системы оплаты труда в конечном счёте основываются на валовом доходе, его формировании и распределении.

Материальное стимулирование должно состоять из трёх частей:

1. Денежное вознаграждение на основе выполнения норм выработки (производства продукции и услуг) с использованием тарифных ставок, аккордных и сдельных расценок с учётом показателей коэффициента трудового участия. Обязателен анализ выполнения хозрасчётных нормативов. Экономия средств должна поощряться дополнительным стимулированием, а перерасход в случае, если руководитель подразделения и исполнитель не предоставят объективных объяснений, оборачивается потерей в заработной плате;

2. На предприятии должны быть разработаны и ежемесячно определяться коэффициенты трудового участия (КТУ) работникам с доплатой в зависимости от получения прибыли, а также показателей по отрасли и службе. В соответствии с КТУ ежемесячно определяются надбавки к зарплате;

3. Третья часть стимулирования предусматривает социальную защиту работников: выделение путёвок для лечения, бесплатные обеды для детей в школе, реализация продукции по льготным ценам и др.

В условиях рыночной экономики внутрихозяйственные экономические отношения должны строиться с учётом реальной коммерческой направленности. Понимая это, для предприятия интегрированного типа ООО «Птицефабрика Снежка» целесообразен переход к третьему варианту хозяйственного (коммерческого) расчёта. В этом случае процесс реализации программы хозрасчётного коллектива базируется исключительно на коммерческой основе. При этом подразделения включают в бизнес-программу все элементы затрат, составляющих полную себестоимость продукции.

Совершенствование внутрихозяйственных хозрасчётных экономических отношений на предприятии должно рассматриваться через призму оптимизации управления, направленного на развитие

стратегии аграрного бизнеса, определения тех его сфер, которые приносят максимальный доход.

Особое значение имеет работа по повышению конкурентоспособности продукции на всех ступенях – начиная от первичных хозрасчётных звеньев и кончая предприятием в целом.

В совершенствовании внутрипроизводственных хозрасчётных отношений выделяем три базовые стратегии конкурентоспособности продукции:

снижение издержек производства и обращения за счёт экономии на увеличении объемов производства и оборотов продаж;

повышение качественных характеристик продукции;

выбор отраслевого рынка продаж, обслуживание его с помощью более эффективной по сравнению с конкурентами стратегии.

Основная цель внутрихозяйственного расчёта – изыскание внутренних резервов, экономное расходование имеющихся средств. При этом хозрасчётные первичные подразделения должны руководствоваться принципами противозатратного механизма. Хозяйствование, начиная с первичных хозрасчётных коллективов, должно базироваться на определении издержек производства и обращения, выявлении возможностей повышения конкурентоспособности и рентабельности произведенной и реализуемой продукции.

Практический опыт производственно-экономической деятельности первичных трудовых коллективов свидетельствует о том, что необходимы новые варианты индивидуальной оценки деятельности каждого работника. Требуется упорядочения механизм взаимосвязи экономических отношений внутри предприятия по цепи: хозрасчётный первичный трудовой коллектив – структурное производственное подразделение (отделение) – центральный аппарат (администрация). Поэтому предприятие должно быть ориентировано на преимущественное развитие направлений, обеспечивающих оптимальную доходность в первую очередь это повышение уровня товарности производства, улучшения качества продукции.

3.5. Развитие системы маркетингового управления

В условиях рыночной экономики ни одна из стран, производящих продукцию птицеводства, не обходится без государственного регулирования этой отрасли. Оно призвано обеспечивать стабильность рынка продукции птицеводства и поддерживать доходы национальных товаропроизводителей. При этом в различных странах механизм государственной поддержки производителей продукции птицеводства неодинаков. Так, в тех странах, где производство имеет высокую эффективность

производства и сложилась экспортная специализация, уровень поддержки со стороны государства незначительный. Это характерно для производства яиц и мяса птицы в США. Но в том случае если экспортная специализация страны рассматривается как важное направление эффективного функционирования экономики этой страны, то наблюдается и высокий уровень поддержки со стороны государства [286, 296].

Ведущее место в системе зарубежного государственного регулирования принадлежит поддержке ценового равновесия для избегания диспаритета цен. В странах Европейского союза при государственных закупках продукции птицеводства или при ее сбыте гарантируется определенный объем обязательных закупок по гарантированным ценам. Кроме того, вводятся квоты на производство и закупку продукции птицеводства. Эта система позволяет сохранить основные принципы ценообразования.

В США также устанавливается «справедливый» уровень контрольных цен на некоторые виды продукции птицеводства. Если рыночные цены снижаются ниже этого уровня, то продукты скупает государство и использует их на бесплатные завтраки для школьников, помощь беднякам, продает другим государствам [271, 278].

При сбыте продукции за пределы ЕС применяются импортные субсидии. Они предназначены для компенсации разницы между ценами мирового рынка и рынка ЕС. Значительное внимание в странах, входящих в этот Союз, уделяется развитию непромышленной кооперации, в которую входит переработка и сбыт продукции птицеводства, предоставление кредитов, производственное снабжение за счет совместных средств. Это способствует повышению конкурентоспособности продукции птицеводства.

Опыт государственного регулирования птицеводства в зарубежных странах, в том числе и в государствах, входящих в ЕС, позволяет эффективно функционировать этой отрасли. Он важен для России и его необходимо использовать, тем более с учетом предстоящего ее вступления во Всемирную торговую организацию. При этом государственное регулирование отрасли можно осуществлять как экономическими, так и административными методами (рис. 31).

В условиях крупномасштабного импорта мяса птицы, неполноценного функционирования рыночных механизмов отечественным производителям куриного мяса и яиц трудно обойтись без государственной поддержки. Мы разделяет точку зрения тех ученых и практиков, занимающихся проблемами развития птицеводства, которые считают, что в государственной поддержке в первую очередь нуждаются те отрасли аграрного производства, которые доказали свою конкурентоспособность в период общего экономического спада. К такой отрасли относится птицеводство.

Высокая оплата корма продукцией, скороспелость, возможность быстро внедрять достижения генетики и селекции, позволяет вести эту отрасль достаточно эффективно.

В Брянской области в последнее время роль птицеводства возрастает и будет возрастать в перспективе. При этом особое внимание должно быть уделено ее инвестированию на основе выделения субсидированных средне и долгосрочных кредитов.



Рис. 31. Методы государственного регулирования производства и рынка продукции птицеводства

В этой связи целесообразно создание единого маркетингового центра при Комитете по сельскому хозяйству и продовольствию администрации Брянской области, входящего в структуру региональной информационно-консультационной службы Брянской области (рис. 32). При создании единого маркетингового центра проще оснастить его квалифицированными кадрами, своевременно получать необходимую информацию, использовать программу «Маркетинг-эксперт». Работа с данной программой позволит центру производить аудит маркетинга, оценивать реальное положение ассоциации производителей продукции птицеводства на рынке, выявлять основных конкурентов, их сильные и слабые стороны, вырабатывать ценовую политику, более активно проводить планирование маркетинга. В данном случае появится возможность использовать специальные аналитические методики (GAP-анализ, сегментный анализ, SWOT-анализ, Portfolio-анализ и др.), а также «Проект-эксперт» для планирования и анализа инвестиционных проектов.

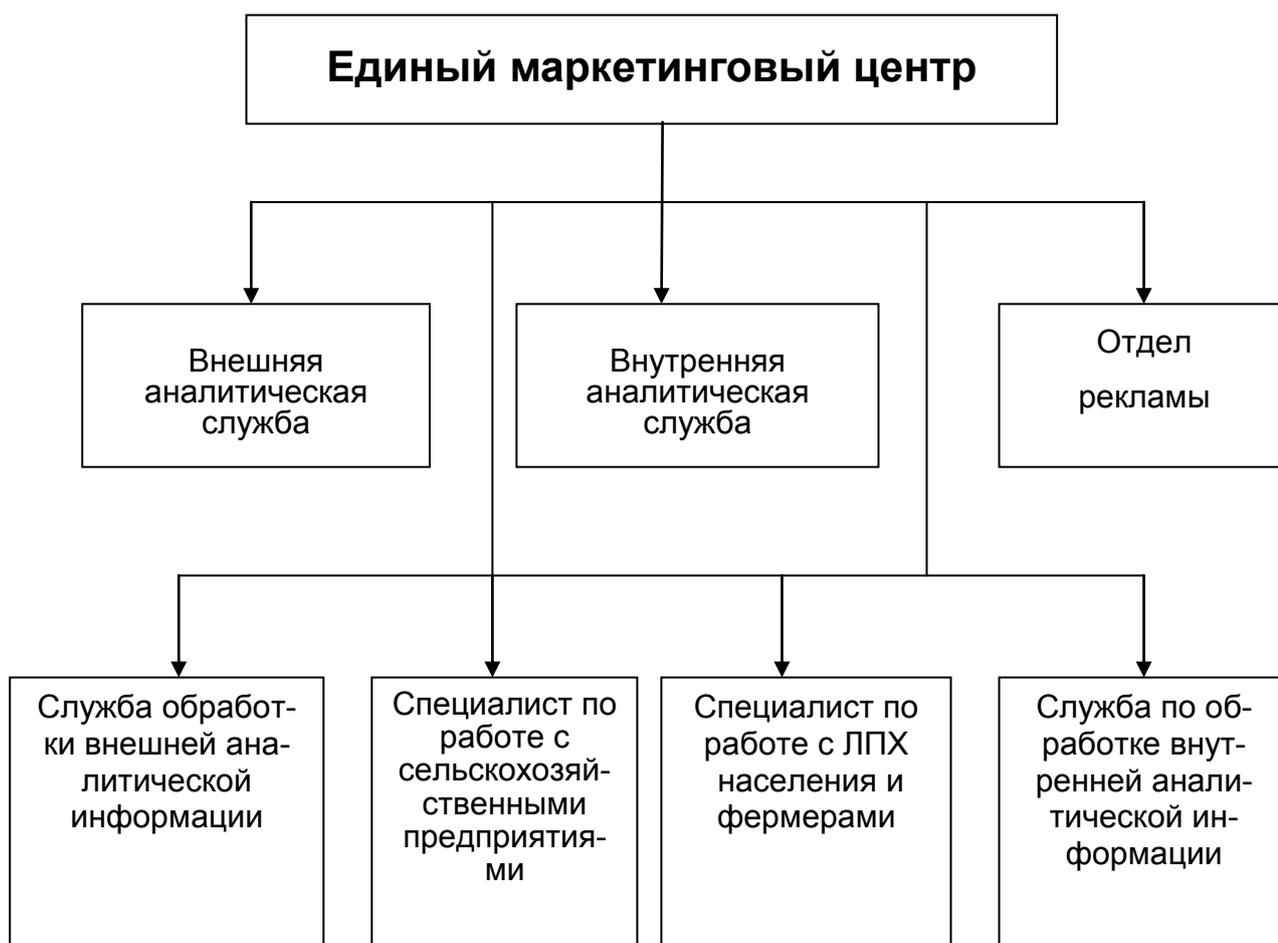


Рис. 32. Организационная структура единого маркетингового центра в Брянской области

Поскольку работа с данными программами требует достаточно высокой квалификации, а их стоимость сравнительно высока, приобретение и эффективное использование их в работе более доступно единому маркетинговому центру, а не отдельным птицеводческим предприятиям.

Единый маркетинговый центр сможет решить следующие задачи: оценить рентабельность отдельных видов продукции птицеводства и емкость их рынка; рассчитать цены на продукцию птицеводства исходя из заданного уровня рентабельности, конъюнктуры рынка того или иного вида продукции; оперативно построить прогноз продаж продукции с учётом как контролируемых (расходы на рекламу, прибыль и др.), так и неконтролируемых факторов внешней среды (цены конкурентов, доходы населения и др.); спрогнозировать спрос и рассчитать коэффициенты эластичности по отдельным видам продукции птицеводства, обеспечить своевременное и объективное формирование маркетинговой информации и доведение ее в доступной форме до производителей продукции птицеводства всех форм собственности и хозяйствования. Предшествовать созданию такого центра должна разработка специальной программы. На первом этапе необходимо изучить современное состояние сбыта продукции птицеводства, необходимость создания баз данных по интересующим производителей продукции птицеводства вопросам, связанным с эффективным функционированием отрасли и сбытом своей продукции. На втором этапе предстоит изучить потребность в отдельных видах информации, касающейся сбыта продукции птицеводства, а на третьем этапе разработать схему организационной структуры и структуры управления единым маркетинговым центром.

По расчетам, единовременные и эксплуатационные затраты на создание и содержание единого маркетингового центра не будут превышать 0,8% от объема продаж товарной продукции, реализуемой производителями продукции птицеводства. В современных условиях на предприятиях, ориентированных на рынок, расходы по маркетингу составляют 3-5% от объема реализованной продукции. Создание единого маркетингового центра поможет птицефабрикам, владельцам ЛПХ и крестьянских (фермерских) хозяйств полнее реализовать свои потенциальные возможности. Проведение полного аудита маркетинга даст объективную информацию о маркетинговой среде и внутренних возможностях производителей продукции птицеводства. Данные маркетингового аудита послужат основой для составления реального бизнес-плана для сельскохозяйственных предприятий, который в совокупности с анализом хозяйственной деятельности позволит предприятиям ставить перед собой реальные задачи и добиваться их решения.

В районных управлениях сельского хозяйства должны работать специалисты, способные оказывать необходимые маркетинговые и агроконсалтинговые услуги сельскохозяйственным товаропроизводителям. Использование маркетингового подхода позволит обеспечить принятие наиболее эффективных решений на основе анализа и прогнозирования спроса на продукцию птицеводства и ее предложения, изучения конкурентов, конъюнктуры рынка. При этом бесплатное консультирование производителей продукции птицеводства специалистами информационно-консультационной службы областного и районного уровней по вопросам эффективного производства и сбыта продукции птицеводства является важным направлением их государственной поддержки.

С переходом на рыночные отношения, повлекшем за собой существенное сокращение государственной поддержки крупных производителей продукции птицеводства, мелкотоварный сектор, представленный ЛПХ, продолжал развиваться. Так на протяжении последних пяти лет в области в личные подсобные хозяйства произвели более 60% мяса птицы разного видового состава и 35% яиц [263]. Причем производство продукции птицеводства осуществлялось в этот период практически без государственной поддержки, хотя в соответствии с Федеральным законом о «Личном подсобном хозяйстве», владельцы ЛПХ являются равноправными производителями сельскохозяйственной продукции наравне с сельскохозяйственными предприятиями разных форм собственности и крестьянскими (фермерскими) хозяйствами. Этим законом предусматриваются следующие направления государственной поддержки граждан, ведущих ЛПХ, в том числе производящих продукцию птицеводства:

- формирование инфраструктуры для обслуживания ЛПХ;

- содействие созданию сбытовых (торговых), перерабатывающих, обслуживающих и иных сельскохозяйственных потребительских кооперативов;

- предоставление ЛПХ и обслуживающим их сельскохозяйственным предприятиям и иным организациям государственных финансовых и материально-технических ресурсов на возвратной основе;

- распространение на ЛПХ мер государственной поддержки, предусмотренных законодательством Российской Федерации для сельскохозяйственных товаропроизводителей и осуществляемых за счет средств федерального бюджета, бюджетов субъектов Российской Федерации и местных бюджетов;

- разработка и осуществление мер по развитию ЛПХ в рамках соответствующих программ.

Государственная поддержка производителей продукции пти-

цеводства должна носить системный характер и прогнозироваться, финансовые выплаты должны производиться своевременно и ритмично и не распыляться. В частности, необходимо на государственном уровне стимулировать производство отечественной продукции птицеводства посредством применения налоговых регуляторов и кредитов, осуществлять регулирование цен на продукцию птицеводства, установить на нее, как социально значимую, государственный заказ. Государство должно проводить эффективную антимонопольную политику и усилить контроль за паритетом цен на продукцию птицеводства и промышленную продукцию.

В условиях ограниченности финансовых ресурсов инвестиции необходимо направлять в первую очередь на развитие инкубаторно-птицеводческих станций, поддерживать те птицеводческие предприятия, у которых более высокая отдача от вложенных средств. Предстоит оздоровить государственную амортизационную политику и направлять амортизационные отчисления на инвестиции, развивать агроконсалтинг и маркетинг. Все это будет способствовать производству конкурентоспособной отечественной продукции птицеводства, способной противостоять импортной.

Развитие рыночных отношений поставили перед всеми участниками рынка продукции птицеводства новые задачи. Для товаропроизводителей они заключаются в необходимости самостоятельного выбора направлений своей производственной деятельности и наиболее выгодных каналов сбыта продукции птицеводства. Это позволяет им выживать в условиях рыночной экономики. Решение этих вопросов требует определенных знаний функционирования рынка продукции птицеводства, умение приспосабливаться к его требованиям, а также по возможности владения набором необходимых инструментов, воздействующих на складывающуюся на нем ситуацию. В наиболее полной мере это возможно при использовании инструментов маркетинга в системе управления рынком продукции птицеводства, основанного на следующих принципах:

- нацеленности на конечные результаты производственно-сбытовой деятельности;

- направленности на долговременный результат при постоянном сопоставлении затрат, уровня цен, платежеспособного спроса и дохода;

- применении стратегии и тактики, активного приспособления к требованиям потенциальных потребителей с одновременным воздействием на них;

- глубокого и всестороннего исследования конъюнктуры рынка во взаимосвязи с производственными и сбытовыми возможностями его хозяйствующих субъектов;

использовании системы гибкого регулирования производства и сбыта продукции на требования рынка и конкретные запросы конечных потребителей;

постоянного совершенствования в процессе инновационной деятельности ассортимента и качества товаров, поиска новых каналов сбыта, а также приемов и методов его стимулирования;

планировании производственно-сбытовой деятельности с помощью маркетинговых программ, основанных на конъюнктурных и научно-технических прогнозах.

Особенности ведения агропромышленного производства вообще и производства продукции птицеводства в частности, определяют специфику использования маркетинга в аграрной сфере экономики. К ним можно отнести жесткое переплетение производственно-экономических и природно-биологических факторов, что повышает степень производственного и предпринимательского риска и определяет меньшую привлекательность аграрного сектора экономики для бизнеса и предпринимательства; наименее монополизированный характер сельскохозяйственного производства за счет участия в производстве и реализации продукции большого числа независимых друг от друга товаропроизводителей; ущемление экономических интересов производителей продукции со стороны их рыночных партнеров в лице обеспечивающих и обслуживающих структур [257, 274].

Среди продуктовых рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия своими специфическими особенностями характеризуется и рынок продукции птицеводства. К числу особенностей рынка продукции птицеводства с позиции маркетинга можно отнести специфику продукции птицеводства как товара и организацию ведения отрасли птицеводства в целом. Каждый вид продукции птицеводства характеризуется отсутствием однородности и определенной стандартизацией их качественных показателей, что позволяет товаропроизводителям, рекламируя его, выделить определенные показатели, присущие только их продукции. Кроме того, одним из средств в конкурентной борьбе производителей продукции птицеводства становится снижение индивидуальных издержек производства в расчете на единицу продукции преимущественно за счет оптимальной специализации каждого птицеводческого хозяйства, района, области на производство тех видов продукции птицеводства, которые в наибольшей степени соответствуют производственному потенциалу.

Анализ работы птицеводческих хозяйств Брянской области показывает, что в условиях рыночной экономики увеличение выпуска

их продукции не всегда экономически оправдано, поскольку она может остаться невостребованной у потенциальных покупателей. Поэтому для успешного сбыта продукции птицеводства необходимо придерживаться современной концепции маркетинга, суть которой сводится к знанию потребительского спроса и его изменений в перспективе. Таким образом, объемы производства должны находиться в функциональной зависимости от запросов потребителей.

Целесообразно маркетинговую деятельность по производству и сбыту продукции птицеводства осуществлять по конкретной программе, главное отличие которой от производственно-финансового плана заключается в том, что в ней должна отражаться маркетингово-производственная и финансовая деятельность предприятия на основе запросов потребителей, а не на основе производства.

Предлагаемый стратегический план сбыта продукции птицеводства должен включать в себя разделы, представленные на рисунке 33.

При установлении целей исследования особенно важным является включение в план разделов, связанных с определением прибыли предприятия, полученной от реализации продукции птицеводства, стимулированием продаж, разработкой новых видов продукции из мяса птицы и яиц, политики ценообразования, расходами на рекламу. Ситуационный анализ предполагает определение маркетинговых возможностей предприятия и проблем, мешающих их реализации при сбыте продукции птицеводства (прил. 20, 21, 22).

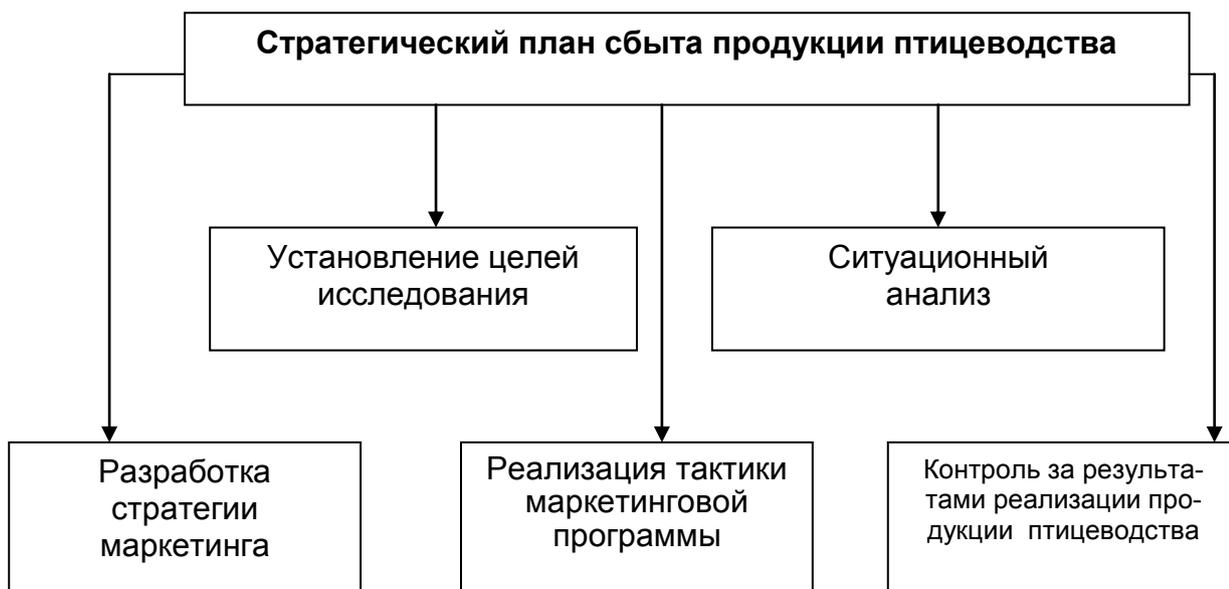


Рис. 33. Стратегический план сбыта продукции птицеводства в ООО «Птицефабрика «Снежка»

Создание службы маркетинга ставит своей задачей добиться стабильного качества продукции птицеводства, оперативной ее доставки потребителям, удовлетворения спроса населения на эту продукцию и снижение цен на нее, рационального использования трудовых и материальных ресурсов птицеводческих предприятий и в конечном счете повышения эффективности производства как на уровне отдельных предприятий, так и птицепродуктового подкомплекса в целом. Успех деятельности данной службы во многом зависит от выбора стратегии развития птицеводческого предприятия.

Целевая направленность маркетинга определяется выбором одного из нескольких вариантов цели его ориентации. Основными из них являются достижение максимально возможного потребления производимых товаров и максимального удовлетворения потребительского спроса, предоставление максимально широкого выбора товаров. От того, какая целевая направленность будет выбрана предприятием, будет зависеть структура маркетинговой службы. Поскольку у ООО «Птицефабрика «Снежка» имеется достаточно много конкурентов, то оно не является монополистом на рынке продукции птицеводства. Поэтому службу маркетинга целесообразно построить по функциональному признаку, сгруппировав функции маркетинга таким образом: исследование маркетинга; сбыт и распределение, реклама и стимулирование сбыта продукции.

Особое значение в деятельности птицеводческого предприятия приобретают исследования в области аграрного маркетинга. Они включают в себя систематизированный сбор, отражение и анализ данных по проблемам, связанным с реализацией и продвижением продукции птицеводства на рынок. Маркетинговые исследования способствуют принятию рациональных управленческих решений в вопросах производства и сбыта продукции. Цели и операции, проводимые при маркетинговых исследованиях, приведены в таблице 77.

Для успешной реализации стратегического плана необходимо знать состояние и перспективы развития внешней и внутренней среды предприятия, для чего следует постоянно изучать емкость рынка продукции птицеводства, уровень доходов на душу населения, инвестиционную политику и др. При этом маркетинговой службе предприятия важно проводить анализ товарной структуры рынка, поскольку от этого, в конечном счете, зависит целесообразность производства и реализации той, или иной продукции птицеводства.

77. Суть маркетинговых исследований в птицеводческом предприятии

Маркетинговые исследования	
Цели	Операции
1. Изучение характеристик рынка	1. Определение проблемы
2. Оценка потенциальных возможностей рынка	2. Получение вторичной информации
3. Анализ сбыта продукции	3. Анализ вторичной информации
4. Анализ деловой активности	4. Анализ данных
5. Изучение товаров конкурентов	5. Рекомендации
6. Краткосрочное прогнозирование	6. Использование полученных результатов
7. Изучение реакции на новый товар	
8. Долгосрочное прогнозирование	
9. Изучение политики цен	

При изучении товарной структуры рынка маркетинговая служба предприятия изучает качество продающихся на рынке товаров, систему товародвижения и требования к ним со стороны потребителя, что дает возможность предприятию определить, какой вид продукции, в каком объеме, какого качества, в какой упаковке и расфасовке может быть реализован на данном рынке.

Особое внимание маркетинговая служба должна уделять сведениям о конкурентах, информацию о которых можно получить из справочников фирм и о фирмах, рекламных проспектов, выставках и ярмарках, отчетах фирм, публикуемых в открытой печати при помощи опросов и с использованием метода экспертных оценок. Сведения о конкурентах в совокупности с другими факторами дадут гарантии выгодного производства и сбыта продукции птицеводства ООО «Птицефабрика «Снежка», поскольку оно получит информацию, как о полезном опыте конкурентов, так и их слабых сторонах, уязвимых местах, ошибках, которых необходимо избегать, что позволит сделать свои коммерческие предложения на рынке более привлекательными, чем у их конкурентов.

В маркетинговой политике предприятия при производстве и сбыте продукции необходимо учитывать то обстоятельство, что она должна чутко реагировать на воздействие множества факторов, влияющих на уровень цены таким образом, чтобы обеспечить достижение запланированных целей, связанных со сбытом товара в определенный срок. При установлении окончательной цены необходимо учитывать ее психологическое восприятие (реакцию покупателей), влияние цены на конкурентов и др.

В ООО «Птицефабрика «Снежка» анализ изменения показателей по различным ассортиментным группам продукции и рынкам ее сбыта необходимо проводить до и после осуществления маркетинговых мероприятий. Такой анализ даст возможность предприятию судить об эффективности его маркетинговой службы. Для стимулирования сбыта и большего охвата потребителей следует использовать такие приемы, как метод личных продаж и рекламу, которая является важным рычагом в эффективной реализации продукции птицеводства. Для эффективного применения рекламы особое внимание должно быть уделено изучению правил и методов рекламы, а также методик расчета экономической эффективности от ее применения.

Анализ использования рекламы для продвижения на рынке продукции птицеводства в области показал, что большинство ее производителей рекламу не используют. Так, затраты на рекламу в ООО «Птицефабрика «Снежка» составляют 0,08% в общем объеме расходов на сбыт продукции птицеводства, в то время, как опыт использования рекламы за рубежом свидетельствует, что там затраты на нее составляют до 5% стоимости объема продаж и экономически оправданы. В ООО «Птицефабрика «Снежка» наибольшее распространение получила информационная и напоминающая реклама. При этом широко используются рекламные обращения в прессе, теле- и кинорекламе, оформлении витрин.

Важным направлением повышения эффективности производства и реализации продукции птицеводства является оптимизация издержек перевозки готовой продукции предприятия. В рамках отработки деятельности маркетинговой службы ООО «Птицефабрика «Снежка», направленной на сокращение затрат по сбыту продукции птицеводства, нами решена транспортная задача по оптимизации перевозок куриных и перепелиных яиц со складов предприятия в фирменные магазины.

ООО «Птицефабрика «Снежка» осуществляет доставку продукции птицеводства в фирменные магазины предприятия собственным транспортом. Для хранения продукции птицеводства предприятие использует 3 склада, с которых продукция доставляется в 27 магазинов (прил. 23). Оно осуществляет доставку продукции птицеводства своим фирменным магазинам собственным транспортом. На первом складе хранится 20 тыс. яиц, на втором – 19 и на третьем – 15 тыс. яиц. Необходимо составить план транспортировки продукции птицеводства таким образом, чтобы затраты на неё были минимальными.

В общем виде транспортную задачу можно представить сле-

дующим образом. Из m пунктов отправления A_1, A_2, \dots, A_m вывозится груз в количестве a_1, a_2, \dots, a_m единиц соответственно в пункты назначения B_1, B_2, \dots, B_n в количестве b_1, b_2, \dots, b_n . Причём суммарные запасы грузов отправления равны суммарной потребности в грузе пунктов назначения, то есть сумма A = сумме B . Стоимость перевозки единицы груза от i – пункта отправления ($i=1, 2, \dots, m$) до j -го пункта назначения ($j=1, 2, \dots, n$) составляет C_{ij} денежные единицы. Требуется составить такой план перевозки, при котором общие издержки были бы минимальными.

Обозначим через x_{ij} ($i=1, 2, \dots, m; j=1, 2, \dots, n$) количество груза, перевозимого от i -пункта отправления до j -пункта назначения. Условия задачи записываются в матрицу перевозок (прил. 24).

Поскольку поставки яиц не могут быть отрицательными, то решение транспортной задачи может быть только положительным. При этом оптимальное решение транспортной задачи соответствует оптимальному распределению поставок яиц.

Транспортная задача была решена при помощи линейного программирования «Simplex». Распределение поставок продукции птицеводства в магазины ООО «Птицефабрика «Снежка» приведены в приложении 25. Как показали результаты решения транспортной задачи затраты на транспортировку яиц могут снизиться на 23,2%, что позволит экономить предприятию ежегодно 1260 тыс. руб.

3.6. Развитие инновационно-инвестиционной деятельности в отрасли птицеводства

Первопричина необходимости инноваций – рыночная конкуренция. В быстро меняющемся мире рынок постоянно получает все более совершенные товары и услуги. Чтобы удержаться на таком рынке, необходима адекватная непрерывная деятельность предприятий, в том числе и птицеводческих, по созданию новых и качественному изменению старых продуктов. Эта работа не мыслится без коренных изменений в самом предприятии, его структуре, функциях, системе управления и методах работы. Можно с полным основанием сказать, что инновационная деятельность – стержневая задача выживания предприятия, залог его успеха в борьбе за прибыль.

В условиях аграрного реформирования инновационная деятельность птицеводческих предприятий становится не только главным направлением их развития, но и практически единственной возможностью дальнейшей стабилизации производства яиц и мяса птицы, удовлетворения потребностей населения в качественных продуктах питания.

78. Производство яиц в России^{*)}

Годы	Производство яиц, млрд. шт.		% к предыдущему году	на душу населения, шт.
	все категории хозяйств	сельскохозяйственные предприятия		
1990	47,5	37,2	-	297
1997	32,2	22,3	-	210
1998	32,7	22,8	101,6	218
1999	33,1	23,2	101,2	222
2000	34,1	24,1	103,0	229
2001	35,2	25,1	103,2	236
2002	36,3	26,4	103,1	245
2003	36,4	26,7	100,3	245
2004	35,8	26,0	98,3	240
2005	36,8	27,5	102,8	242
2006	38,0	29,0	103,3	244
ПРОГНОЗ				
2007	39,5	30,0	104,0	246
2008	40,5	31,0	102,5	256
2009	43,0	33,0	106,2	279
2010	47,0	37,0	109,0	305

^{*)} По данным Росптицесоюза.

Отечественная и зарубежная практика показывает, что обеспечить население высококачественной продукцией в относительно короткий срок можно, прежде всего, за счет увеличения производства мяса птицы, так как эта отрасль животноводства не только наиболее скороспелая, но и использующая интенсивные методы производства. В птицеводстве самая высокая отдача на единицу затраченных ресурсов, в том числе кормов (затраты корма в 2-3 раза ниже, чем в свиноводстве и тем более в скотоводстве), что обеспечивает динамичное развитие отрасли. Продукция птицеводства существенно дешевле, чем свинина и говядина, что важно, учитывая низкую покупательную способность населения.

По данным Росптицесоюза установлено, что использование инновационных технологий, интеграция смежных производств в единое звено позволяют оптимизировать уровень затрат и обеспечить получение среднесуточных приростов живой массы бройлеров 50-55 г. При конверсии корма на 1 кг прироста 1,75-1,9 кг, в яичном производстве – продуктивность 300-340 яиц на среднегодовую курицу-несушку при конверсии корма 1,2-1,3 ц на 1000 яиц. Динамика показателей производства яиц и мяса птицы в России представлена в таблицах 78, 79.

79. Производство мяса птицы в России^{*)}

Годы	Производство мяса птицы, тыс. т		% к предыдущему году	на душу населения, кг.
	все категории хозяйств	сельскохозяйственные предприятия		
1990	1801	1252	-	12
1997	630	373	-	4,3
1998	690	431	109,5	4,7
1999	748	473	108,4	5,1
2000	766	501	102,4	5,4
2001	883,7	600	115,3	5,8
2002	953	678	111,5	6,7
2003	1044	765	109,5	7,3
2004	185,7	903	113,6	8,3
2005	1379,8	1093,5	116,4	9,6
2006	1550	1265	112,3	10,8
ПРОГНОЗ				
2007	1800	1550	118,5	13,0
2008	2000	1700	113,3	13,9
2009	2150	1800	106,0	15,0
2010	2250	1900	105,5	16,0

^{*)} По данным Росптицесоюза.

По данным Росптицесоюза прирост производства яиц во всех категориях хозяйств к 2010 г. прогнозируется на 9 млрд. шт. по сравнению с 2007 г., мяса птицы – на 700 тыс. т [34]. Данные по производству яиц и мяса птицы по областям РФ представлены на рисунках 34, 35. Одной из основных причин, оказывающих существенное влияние на рынок, являются поставки по импорту (табл. 80) только в 2005 г. они увеличились на 214,4 тыс. т (19,2%) и превысили первоначально установленную квоту (1050 тыс. т) на 278,8 тыс. т, или на 26,5%. Действующие ценовые механизмы регулирования рынка не отвечают интересам отечественных производителей.

80. Ресурсы мяса птицы, тыс. т в убойной массе^{*)}

Годы	Общий объем продукции на рынке	Отечественное производство	Поставки по импорту	Удельный вес импорта, %	Потребление мяса птицы на душу населения, кг.	
					всего	в том числе отечественного
1990	1845,1	1801	44,1	2,4	12,4	12

1991	1796,6	1751	45,6	2,5	12,1	11,8
1992	1473,7	1428	45,7	3,1	9,9	9,6
1993	1350,9	1277	73,9	5,5	9,1	8,6

Продолжение таблицы 80

1994	1568,6	1068	500,6	31,9	10,6	7,2
1995	1684,4	859	825,4	49	11,4	5,8
1996	1444,3	690	754,3	52	9,8	4,7
1997	1776,6	630	1146,6	64,5	13,0	4,3
1998	1504,5	690	814,5	54,1	12,0	4,7
1999	984	748	236	23,9	8,0	5,1
2000	1452,8	766	687,1	47,3	10,0	5,4
2001	2274,4	883,7	1390,7	61,1	15,3	5,8
2002	2328	953	1375	59	16,0	6,7
2003	2249,7	1044	1205,7	53,5	15,6	7,3
2004	2300,1	1185,7	1114,4	48	16,0	8,3
2005	2708,6	1379,8	1328,8 (квота 1090)	49	18,8	9,6
2006	2879	1550	1130,8 (квота 1130,8)	46	20,0	10,8
			ПРОГНОЗ			
2007	3071,2	1850	1171,2 ^{**)} (квота)	38	21,4	13,0
2008	3211,6	2000	1211,6 ^{**)} (квота)	38	22,4	13,9
2009	3402	2150	1252 ^{**)} (квота)	37	24,0	15,0

^{*)} По данным Росптицесоюза.

^{**) Объем установленной квоты с учетом Соглашения между Правительством Российской Федерации и Правительством США о торговле некоторыми видами мяса птицы, говядины и свинины.}

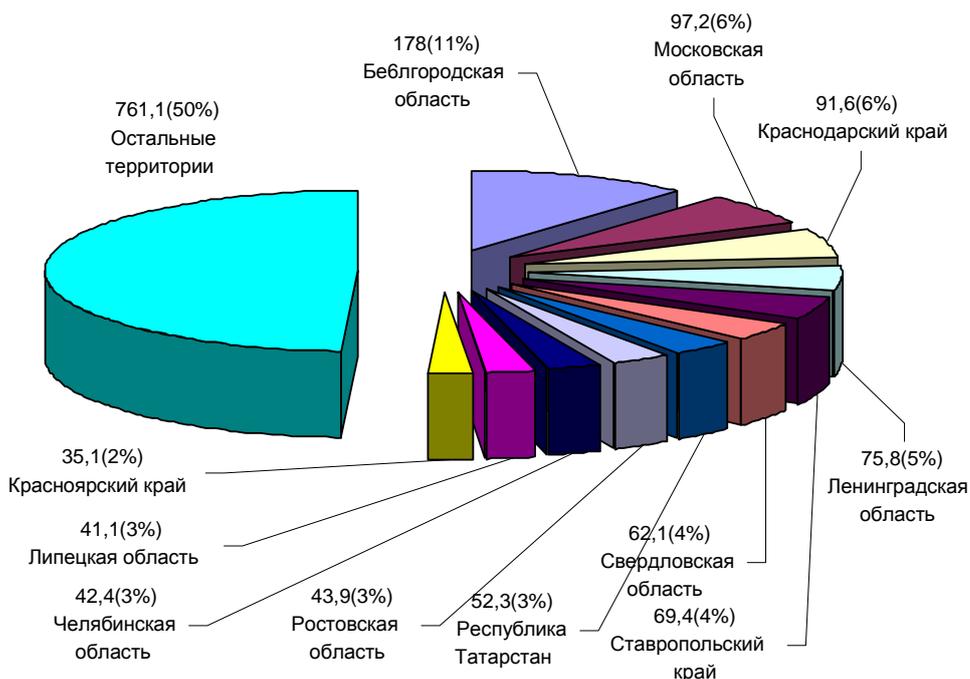


Рис. 34. Производство мяса птицы в Российской Федерации в 2007 г. (тыс. т, %)

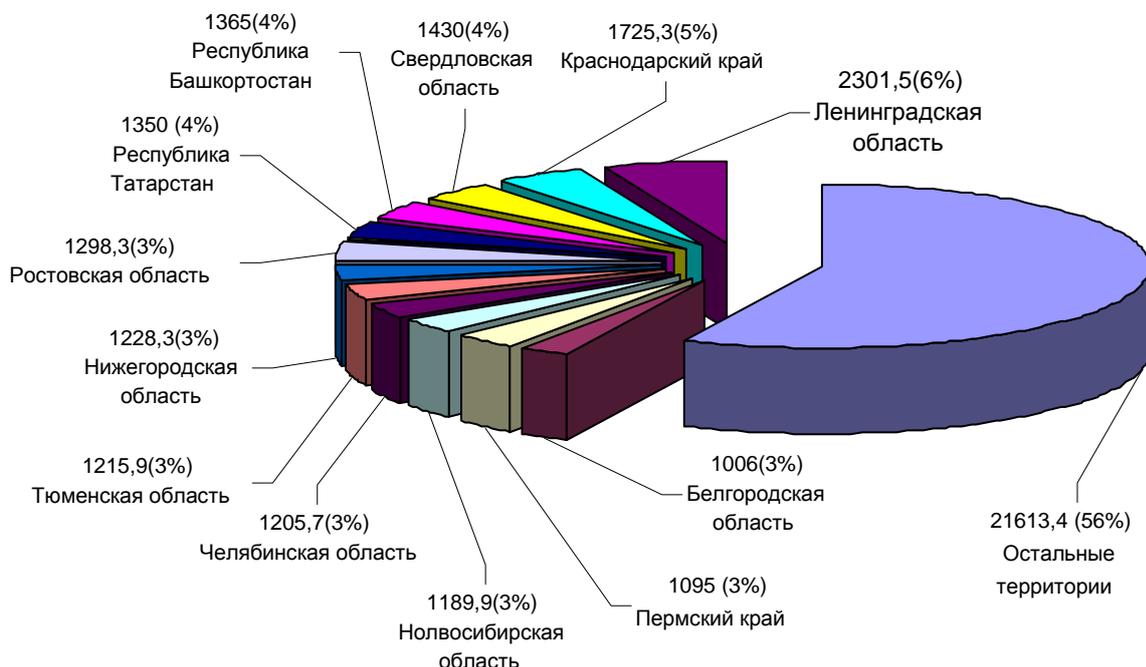


Рис. 35. Производство яиц в Российской Федерации в 2007 г. (млн. шт., %)

Исходя их показателей, определенных целевой Программой развития птицеводства до 2010 года и Государственной программой развития сельского хозяйства на 2008-2012 годы планируется увеличение производства мяса птицы в 2012 г. до 2500 тыс. т, яиц до 47,4 млрд. шт. (табл. 81).

В рамках национального проекта “Развитие АПК” более 100 птицеводческих предприятий вошли в реестр на получение субсидий по заключенным кредитным договорам с российскими кредитными организациями на срок до 8 лет. Кредитные ресурсы, полученные птицеводческими предприятиями в 2007 г., увеличились к уровню 2006 г. более чем в 12 раз (с 1880 до 22805 млн. руб.).

81. Прогноз производства птицеводческой продукции до 2012 г.

Годы	Мясо птицы (в убойной массе), тыс. т.	Яйца, млрд. шт.
2008	2000	40,5
2009	2150	43,0

2010	2250	47,0
2011	2400	47,2
2012	2500	47,4

В Брянской области в рамках нацпроекта “Развитие АПК” создается мощная производственно-технологическая база птицеводства. ОАО “Куриное царство” инвестировало в производство 960 млн. руб. Инвестиционный проект “Куриное царство - Брянск” направленный на оздоровление АПК Брянской области открывает свои площадки в г. Брянске и планирует производить в самой ближайшей перспективе до 50 тыс. т мяса птицы в год.

ОАО "Куриное Царство" является одним из крупнейших в стране вертикально интегрированных предприятий по производству мяса цыплят-бройлеров. Производственный комплекс компании, отвечающий самым передовым технологиям в области мирового птицеводства и объединяющий два цеха переработки птицы, цех по производству комбикормов и элеватор, четыре птицефабрики родительского стада, три инкубатория и тринадцать птицефабрик по выращиванию бройлеров, расположен на территории Липецкой, Воронежской и Брянской областей Российской Федерации.

Проект был разработан и осуществлен американским инвестиционным фондом "Агрибизнес Партнерс Интернешнл ЛП". Основу реализации проекта положило строительство производственного комплекса в Липецкой области, к которому впоследствии добавились две птицефабрики, расположенные на территории Воронежской области. Как часть реализации программы стратегического развития, в 2004 году ОАО "Куриное Царство" приобрело комплекс производственных активов в Брянской области в целях строительства производства, аналогичного Липецкому. Реконструкция Брянских площадок продолжалась на протяжении 2005 года, и в конце 2005 года Брянский проект был запущен. Предприятие быстро растёт и развивается (рис. 36).

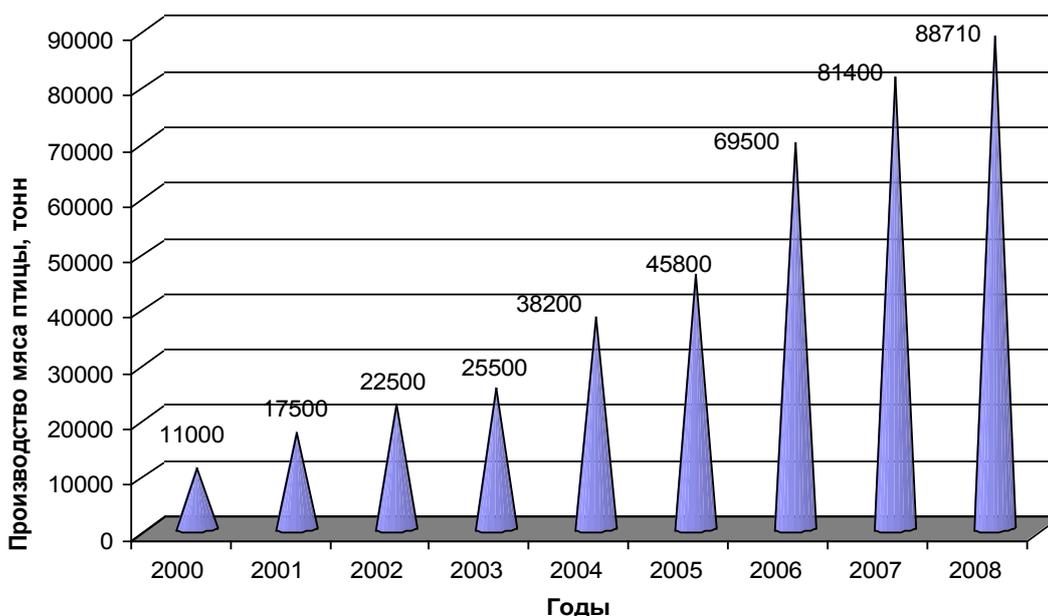


Рис. 36. Производство мяса птицы в ОАО “Куриное царство”

Следует отметить, что принцип вертикальной интеграции распространяется и на Брянский проект. 20 июля 2006 года состоялась церемония открытия цеха переработки птицы в г. Брянске. В отличие от липецкого цеха переработки птицы, специализирующегося большей частью на выпуске замороженного мяса цыплят-бройлеров, новый производственный комплекс в г. Брянске ориентирован на производство охлажденной продукции. Открытие нового производства ОАО "Куриное Царство" в Брянской области явилось одним из значимых шагов стратегии развития бизнеса, направленной на расширение географии присутствия компании в масштабах России.

В отличие от традиционных в России "птицефабрик замкнутого цикла", где все производство, от выращивания птицы до ее забоя, сосредоточено на одной площадке, объекты ОАО "Куриное Царство" находятся на территориально обособленных участках. Эта структура позволяет, с одной стороны, обеспечить непрерывность производственного процесса с сохранением обязательного санразрыва между разновозрастными партиями птицы, а с другой - полностью исключить перенос инфекций. Отличает ОАО "Куриное Царство" и наличие четырех птицефабрик родительского стада, что, в сочетании с мерами по строжайшему санитарно-гигиеническому и ветеринарному контролю, гарантирует получение собственного высокопродуктивного и чистого яйца для производства бройлеров.

Технология же напольного содержания и выращивания бройлеров в ОАО "Куриное Царство", принятая во всех странах мира, кроме России, обеспечивает высокие показатели сохранности и однородности птицы, исключает "нестандарт" и, как следствие, улучшает качество конечной продукции. И, наконец, залогом неповто-

римого вкуса готовой продукции, выпускаемой ОАО "Куриное Царство", являются как запатентованные формулы корма птицы, основанные на оптимальном сочетании экологически чистых сырьевых компонентов, так и системы охлаждения и заморозки, не имеющие аналогов в России и представляющие собой новейшие разработки в области мировых холодильных технологий. В то время, как в Липецке используется уникальная система шоковой заморозки (при температуре - 35 ° С), которая минимизирует травмирующее воздействие кристаллов льда на клетки, мышечные ткани и возможность развития любых бактерий, а также позволяет продукту сохранить максимум питательных веществ и витаминов (продукт, замороженный таким образом, по своим потребительским качествам эквивалентен парному или охлажденному цыпленку), для Брянска был выбран прогрессивный метод охлаждения тушки воздушно-капельным путем. Данный метод, в сравнении с водяным, является более эффективным способом охлаждения, и его явное преимущество состоит в том, что полностью исключается бактериальная обсемененность продукта и, тем самым, достигается самый высокий уровень биозащиты.

В настоящее время продукция компании, выпускаемая под торговой маркой "Куриное Царство®", представлена ассортиментом из более чем 50 наименований. Торговая марка "Куриное Царство®" известна российскому потребителю уже более пяти лет и всегда ассоциировалась с высоким качеством продукта и его неповторимыми вкусовыми свойствами.

В конце августа 2007 года ОАО «Куриное Царство» стало частью ОАО «Группа «Черкизово». В составе «Группы «Черкизово» компания продолжит работу над расширением ассортимента, внедрением новых технологий, оптимизацией производственных процессов, повышением квалификации своих сотрудников.

Таким образом, главными направлениями инноваций птицеводческих предприятий являются:

- освоение новых видов деятельности, источников финансирования и капиталовложений;

- создание качественно новых видов продукции, расширение ассортимента (для удовлетворения спроса всех слоев населения), позволяющей конкурировать с импортной продукцией;

- выход на новые и существенное расширение старых рынков сбыта;
- кардинальное улучшение технического оборудования птицеводческих предприятий;

- использование принципиально новых технологий;

использование новых источников энергии, сырья, оптимальное распределение всевозможных ресурсов;
глубокие организационные преобразования.

Одним из инновационных направлений в развитии птицеводства в Брянской области стала смена производственного направления деятельности одним из базовых птицеводческим предприятием области. ООО «Победа-Агро», имеющее многолетний стаж работы в отрасли, до октября 2004 г. основным видом своей деятельности имело производство яиц. С 20 января 2006 г. зарегистрировано как Закрытое Акционерное Общество «Победа-Агро» (ЗАО «Победа - Агро»). В настоящее время данная птицефабрика является структурным подразделением Холдинговой Компании «Белый Фрегат», одной из крупнейших компаний на рынке мяса птицы.

В собственности ЗАО «Победа - Агро» находится 359 кв. м. земли, 471770 кв. м. арендовано в комитете по управлению муниципальным имуществом Дятьковского района.

В конце 2006 г. была закончена реконструкция 9-ти цехов с клеточным оборудованием и цеха с напольным оборудованием голландской фирмы «VDL Agrotech», построен новый цех убой и переработки бройлеров. Птицеперерабатывающий цех с инфраструктурой (вода, пар, электричество, канализация, морозильные и холодильные мощности, утилизация отходов) оснащен технологическим оборудованием голландской фирмы «Meun». После введения в эксплуатацию мощность убойного цеха составляет 5 тыс. гол./час (до строительства цеха она не превышала 2,3 тыс. гол./час). В 2007 г. планировалось произвести до 8,5 тыс. т мяса и 1,5 тыс. т субпродуктов. При этом фактическое производство составило около 8 тыс. т и 1,2 тыс. т, соответственно. Достигнутые результаты позволяют предприятию занимать одно из ведущих мест в отрасли (табл. 82).

Однако, заметно, что сократилась рентабельность производства (на 57%). Но, следует отметить, что возросшие мощности предприятия требуют времени для освоения и достигнутые результаты нельзя охарактеризовать как негативные. Строительство убойного цеха, реконструкция птичников, закупка нового оборудования позволили увеличить стоимость основных производственных фондов более чем в 1,5 раза. При этом в 1,3 раза возросла стоимость валовой продукции предприятия и в 1,7 раза в натуральном выражении. Растет поголовье и продуктивность птицы, что требует дополнительных затрат (себестоимость реализованной продукции выросла на 36,3%).

Птицефабрика ЗАО «Победа-Агро» в настоящее время имеет 21 птичник, оснащенный оборудованием VDL голландской фирмы «Meun» для напольного содержания бройлеров, и 15 с клеточным

оборудованием (клеточные батареи БКМ-3). Общая полезная площадь без учета сервисной комнаты составляет 68270 м. кв. Продолжается оснащение птичников только для напольного содержания птицы.

82. Основные экономические показатели деятельности предприятия ЗАО «Победа-Агро» Дятьковского района Брянской области

Показатели	2006 г.	2007 г.	2007 г. к 2006 г.	
			+, –	%
Стоимость валовой продукции в текущих ценах, тыс. руб.	207738	268935	61197	129,5
Денежная выручка, тыс. руб.	256852	317607	60755	123,7
Произведено мяса птицы, ц	41601,2	70592,4	28991,2	169,7
Количество среднегодовых работников, чел.	572	596	24	104,2
в том числе занятых в сельском хозяйстве	413	392	-21	94,9
Среднегодовая стоимость основных средств предприятия, тыс. руб.	59691	111661	51970	187,1
Продолжение таблицы 82				
Среднесуточный привес птицы, гр.	38,9	45,2	6,3	116,2
Поголовье птицы, тыс. гол.	419	476	57	113,6
Среднемесячная заработная плата 1 работника предприятия, руб.	5552	6536	984	117,7
Прибыль, тыс. руб.	38848	20548	-18300	52,9
Себестоимость реализованной продукции, тыс. руб.	218004	297059	79055	136,3
Рентабельность, %	15,1	6,5	-8,6	43,0

На птицефабрике действует убойный цех мощностью 8000 голов в день, укомплектованный конвейерной линией по производству потрошенных кур. Имеются 2 инкубатора мощностью единовременной закладки на инкубацию 104832 и 60000 яиц. В цехе утилизации производится переработка отходов забоя в мясокостную муку.

Для производства суточного цыпленка в имеющемся здании инкубатория, оборудованном инкубационными и выводными шкафами современного типа, поставляется инкубационное яйцо (финальный гибрид). После вывода цыпленка развозятся в птичники по птицефабрике в цеха бройлерного выращивания. По истечении положенного срока содержания цыпленка-бройлеры поступают в убойный цех, где происходит их убой, потрошение и дальнейшая переработка.

В целом, эффективность работы подразделений по выращиванию птицы высока, о чем свидетельствует низкий уровень падежа и выбраковки: 3-5%, против 5-12% в среднем по птицефабрикам России.

Характеризуя уровень интенсивности и экономической эффективности производства, можно сказать, что заметно увеличилась обеспеченность в расчете на 1000 гол. птицы основными фондами, возрастают текущие производственные затраты (табл. 83). Почти в 10 раз произошло увеличение суммы прибыли, приходящейся на 1000 гол. птицы, в 5 раз выросла рентабельность.

83. Уровень интенсивности и экономическая эффективность производства продукции ЗАО “Победа-Агро”

Показатели	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2007 г. в % к 2005 г.
Проходится на 1000 голов птицы, тыс. руб.				
основных фондов и текущих затрат	348,8	545,5	756,4	в 2,2 раза
основных производственных фондов	39,8	142,5	234,6	в 5,9 раза
текущих производственных затрат	308,9	403,1	521,8	168,9
кормов	242,1	227,3	278,4	115,0
энергетических мощностей, л.с.	33,2	35,5	32,0	96,4
Продолжение таблицы 83				
электроэнергии, кВтч	10,2	18,8	17,5	171,6
затрат труда, тыс. чел.-ч	1,8	2,7	2,3	127,8
Получено прибыли на 1000 голов птицы, тыс. руб.	4,5	92,7	43,2	в 9,6 раза
Рентабельность, %	1,3	15,1	6,5	в 5 раз

Организация производства на ЗАО “Победа-Агро” отвечает прогрессивной технологии выращивания бройлеров, однако дальнейшее ее совершенствование позволит не только увеличить доходы, получаемые предприятием, но и даст возможность в последующем еще более расширить производство или организовать новые, с учетом имеющего сырья.

Что касается организации сбыта продукции предприятием, то ЗАО “Победа-Агро” ориентируется на оптовый сегмент рынка. Однако в дальнейшем прогнозируется более активное вхождение в сегмент розничной торговли. Это планируется осуществить посредством использования собственных торговых точек разного типа (от передвижных киосков для розничной торговли до больших стационарных магазинов) и формирования цены вхождения на рынок, заведомо ниже среднерыночной на продукцию аналогичного типа. В последствие цена может устанавливаться в зависимости от конкретных задач в каждом случае индивидуально.

Следует отметить, что основным покупателем продукции предприятия является ООО “Белый Фрегат” – крупная холдинговая

компания, чьим структурным подразделением является птицефабрика. Поэтому можно сказать, что для предприятия свойственны внутрихолдинговые условия реализации продукции.

Для анализа эффективности реализации продукции на предприятии выделяют четыре основных канала реализации:

традиционная розница;

оптовики;

холдинг (холдинг “Белый Фрегат”, чьим структурным подразделением является предприятие);

фирменная розница.

На сколько эффективен каждый канал реализации, не выделяя реализацию отдельных видов продукции, с учетом средней цены реализации для них, можно рассмотреть по данным таблицы 84.

84. Эффективность различных каналов реализации (за IV квартал 2007 г.)

Показатели	Традиционная розница	Оптовики	Холдинг	Фирменная розница	Итого
Количество реализованной продукции, т	209	465	478	6,8	1158,8
Денежная выручка, тыс. руб.	9823	18600	19120	363,8	47906,8
Цена реализации, руб./т	47000	40000	40000	53500	48142
Себестоимость, руб./т	38600	34100	34100	48500	38825
Рентабельность, %	21,8	17,3	17,3	10,3	24,0

Наибольший уровень рентабельности от продаж обеспечивает розничная торговля, поэтому предприятию следует, как можно скорее, начать работу по завоеванию данного сегмента рынка.

ЗАО “Победа-Агро” работает на местном и региональном рынках. Рынок сбыта сегментирован следующим образом: г. Брянск, Брянская область, г. Москва, Московская область, Калужская область, Новгородская, Тульская, Псковская, Воронежская, Ростовская, Саратовская, Ивановская, Екатеринбургская области, г. Архангельск.

На рынке продукции птицеводства Брянской области активную конкуренцию оказывает интегрированное формирование ОАО “Снежка”, которая имеет неплохие показатели эффективности работы (табл. 85).

85. Основные показатели эффективности работы предприятия ОАО “Снежка” Брянского района Брянской области

Показатели	Годы			
	1995	2000	2006	2007
Среднее поголовье птицы, тыс. гол:				
всего	911	1097	1163	1218
кур-несушек	382	424	590	669
Валовое производство яиц, млн. шт.	105,1	144	196,5	206,8
Яйценоскость кур, шт.	275	292	308	309
Валовое производство мяса птицы, т	2429	2628	2386	2792
Расход кормов на 1 тыс. шт. яиц, ц корм. ед.	1,7	1,59	1,55	1,49
Расход кормов на 1 ц прироста живой массы, ц корм. ед.	4,3	3,3	3,7	3,6

Продолжение таблицы 85

Среднесуточный привес птицы, г	14,8	17,0	16,7	17,5
Поголовье КРС всего, гол.				
в том числе коров, гол.	3201	4445	4439	4502
Валовое производство молока, т	3813	5874	6929	7202
Надой на фуражную корову, кг	4486	4518	5309	5415
Поголовье свиней, гол.	-	1683	2211	2532
Среднесуточный привес КРС, г	383	454	426	477
Среднесуточный привес свиней, г	-	310	341	331
Производство мяса, т:				
всего (в том числе мяса птицы)	-	3519	3034	3509
крупного рогатого скота	306	658	430	482
свиней	-	234	218,7	235
Расход кормов на 1 ц привеса, ц корм. ед.:				
крупного рогатого скота	16,3	15,8	15,1	12,9
свиней	-	7,4	6,4	6,5
Расход кормов на 1 ц молока, ц корм. ед.	1,6	1,14	1,00	1,02
Рентабельность, %	4,3	7,7	3,4	3,9

В рейтинге птицеводческих предприятий “Агро - 300” ОАО “Снежка” занимало в 2007 г. 25 место среди птицеводческих предприятий России [4].

Одним из направлений стратегического курса устойчивого развития птицеводства, обеспечивающего дальнейшую стабилизацию и укрепление экономического положения птицеводства является расширение ассортимента (для удовлетворения спроса всех слоев населения) и повышение качества выпускаемой продукции, позволяющие конкурировать с импортной продукцией. Ныне на потребительский рынок 48%

отечественного мяса птицы поступает в виде тушек (из них более половины – охлажденные), 52% – в виде натуральных и рубленых полуфабрикатов (22%), колбас, консервов и других продуктов из мяса птицы, готовых к употреблению (30%) (рис. 37).

Практически все яйца (87,5%) реализуются товаропроизводителям в натуральном виде, из них 25% – с заданными лечебно-профилактическими свойствами, обогащенные витаминами (каротиноидами, А, Е), микроэлементами (йодом, селеном), ненасыщенными жирными кислотами (омега – 3), с пониженным содержанием холестерина. В виде сухих яичных продуктов реализуется 10% и жидких – 2,5% (рис. 38).

На птицеводческих предприятиях активно вводятся мощности по производству сухих и жидких яичепродуктов в асептической упаковке, что позволит удовлетворить потребности пищевой промышленности и соответственно расширить рынок сбыта. Например, на птицефабрике “Роскар” Ленинградской области свыше 55% производимых яиц направляется на глубокую переработку, 35% реализуется покупателю в потребительской таре.

В качестве инновационного пути дальнейшего повышения эффективности работы можно предложить ведущим птицеводческим предприятиям Брянской области ОАО “Снежка” и ЗАО “Победа-Агро” заняться совершенствованием организации глубокой переработки продукции по следующим нижеизложенным направлениям:

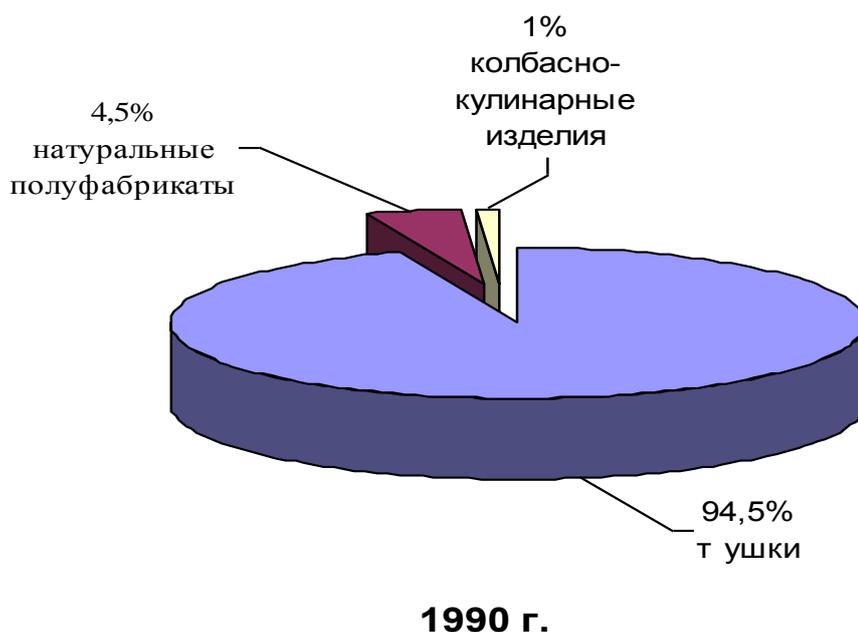
1 направление. - Консервы для детского, специального и диетического питания. Мясо цыплят, цыплят – бройлеров и индеек является одним из основных видов сырья для производства продуктов детского питания, в том числе для детей раннего возраста. Относительно большое содержание полноценных мышечных белков при небольшом содержании жира и экстрактивных соединений, особенно в тушках молодой птицы, как нельзя лучше отвечает потребностям детского организма. Ввиду быстрого **созревания (менее 2 месяцев)** в организме птицы не накапливаются соли тяжелых металлов. Птичий жир обладает **высокой эмульгирующей способностью**, содержит много ненасыщенных жирных кислот, имеет низкую температуру плавления, что благоприятно для усвоения его детским организмом. При строгом контроле в мясе практически полностью отсутствуют антибиотики и другие контаминанты.

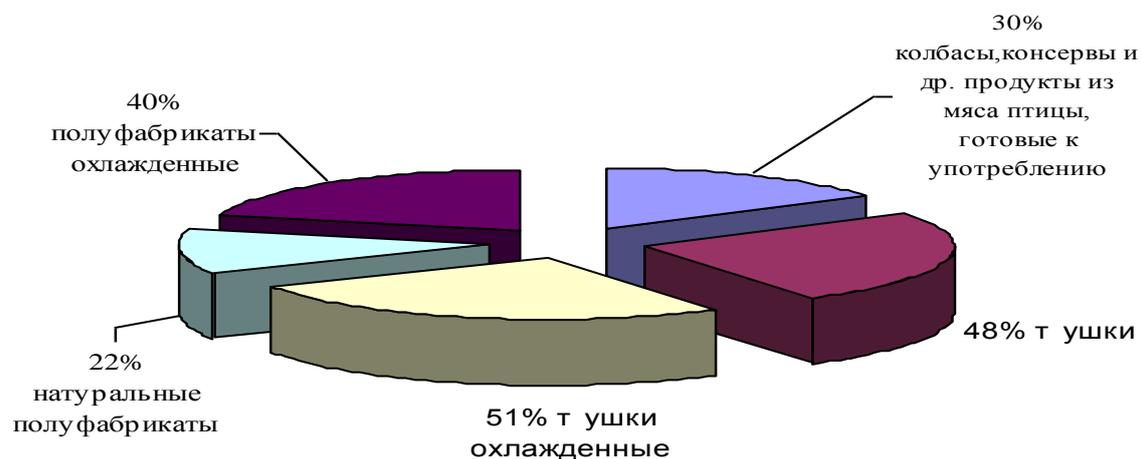
Проведенные комплексные исследования химического и минерального состава, биологической ценности, микробиальной обсемененности птичьего мяса и клинические испытания продуктов на его основе (включая из мяса птицы механической обвалки) показали, что птичье мясо является одним из лучших в питании детей, в

том числе и больных. Полагают, что куриное мясо при отличных вкусовых качествах обладает гипоаллергенными свойствами, то есть является продуктом с пониженной опасностью провоцировать аллергические заболевания.

В настоящее время серьезной проблемой является дефицит некоторых микроэлементов, который обуславливает ряд заболеваний. Введение этих микроэлементов в виде органически связанных соединений в биологически полноценные продукты является основой для создания профилактических и лечебных продуктов.

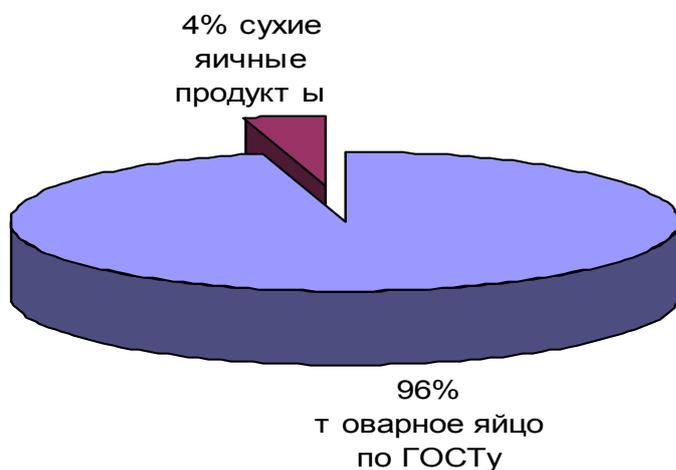
На одном из первых мест по распространению в мире и у нас в стране стоит дефицит кальция. Недостаток этого элемента в питании человека обуславливает такие заболевания как рахит, остеопороз, ишемическая болезнь сердца. Необходим он также в питании беременных женщин и в продуктах с радиопротекторными свойствами. Высока усвояемость кальция из минерального обогатителя, выработанного из яичной скорлупы, мяса цыплят механической обвалки для продуктов детского питания, минерально-белковой добавки, вырабатываемой из ног цыплят.





2007 г.

Рис. 37. Динамика изменения ассортимента мясной продукции птицеводства в Российской Федерации



1990 г.

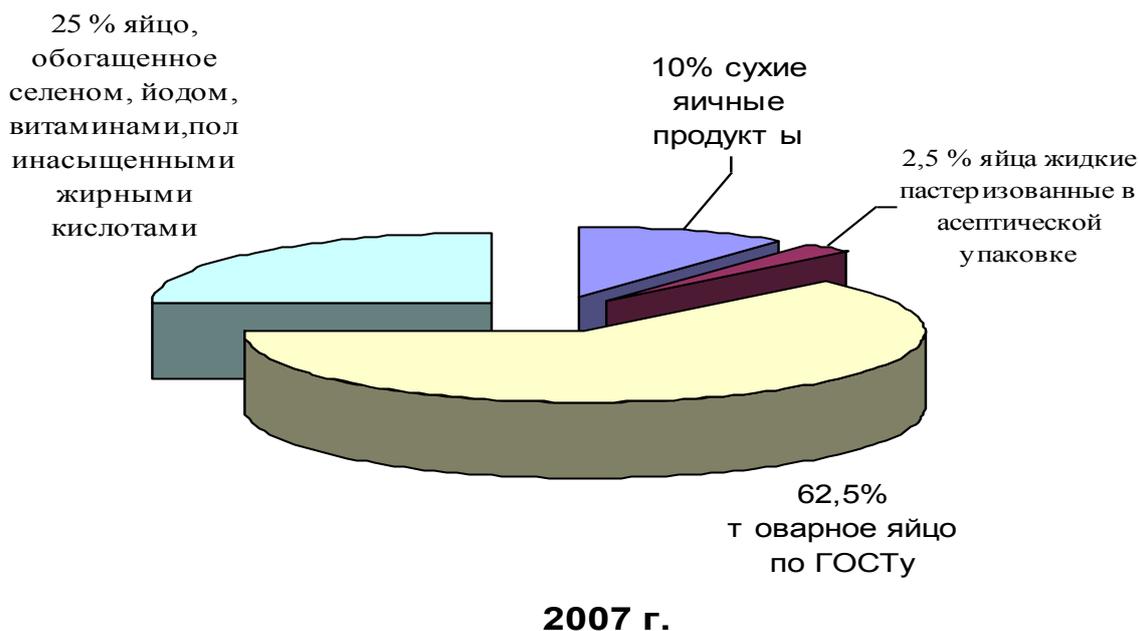


Рис. 38. Динамика изменения ассортимента яичной продукции птицеводства в Российской Федерации

Большая часть территории России, в том числе и Брянская область, эндемична по йоду, дефицит которого крайне неблагоприятен, вызывая тяжелые расстройства здоровья. После изучения сохранности йода в зависимости от способа обработки сухой и замороженной морской капусты, потерь его в зависимости от температуры был обоснован уровень введения морской капусты и разработан ассортимент профилактических и лечебных консервов для детей с йоддефицитными состояниями и для беременных женщин. Учитывая то, что все районы Брянской области пострадали от аварии на Чернобыльской АЭС (рис. 39), считаем, что такие консервы будут крайне востребованы на рынках Брянской области.

2 направление. – Глубокая переработка малоценных продуктов потрошения птицы. Наибольшие резервы среди звеньев единой технологической цепочки повышения эффективности производства птицепродуктов находятся в кормопроизводстве и глубокой переработке так называемых “малоценных” продуктов потрошения птицы.

При полном потрошении малоценные продукты переработки птицы составляют около 25% от живой массы.

По химическому составу и структурно-механическим свойствам малоценные продукты переработки птицы отличаются значительным разнообразием и, следовательно, требуют дифференцированного подхода в выборе способов их обработки.

В состав отходов потрошения птицы входят термолабильные (глобулины, альбумины, ферменты, гормоны и др.) и термостабильные белки (эластин, кератин и др.), которые служат источником как пищевого, так и кормового белка, а также эндокринно-ферментного сырья.

Поэтому важны не только дифференцированный подход в выборе режима, но также разумный, комплексный и безотходный принцип извлечения полезных для человека и животных продуктов в виде пищевого и кормового белков, а также биологически-активных препаратов.

В мировой практике используются разнообразные способы обработки сырья: физические (высокотемпературные), химические (кислотный и щелочной гидролиз) и биотехнологические (использование ферментов и бактериальных заквасок).

В зависимости от набора сырья разработано несколько технологических направлений:

- получение кормового продукта;
- получение пищевого продукта;
- получение биологически-активных веществ.

Кормовое направление. Корма животного происхождения отводится важная роль в обеспечении полноценным протеином рационов сельскохозяйственных животных и птицы. Однако

КАРТА – СХЕМА
 плотности загрязнения цезием-137
 Брянской области
 (по состоянию на 1.01.2001 г.)

Составлена
 Брянским Центром
 «Агрохимрадиологии»



Условные обозначения

Условная штриховка	Уровни загрязнения, Ки/км ²	Всего обследовано земель, тыс. га/ %	в том числе, тыс. га/ %	
			сельхозугодья	Гослесфонд и леса хозяйственного назначения
	менее 1	1795,9	1165,9	630,0
	1 - 5	452,1	322,8	129,3
	5 - 15	219,1	144,9	74,2
	15 - 40	87,2	39,8	47,4
	более 40	13,5	6,3	7,2
	Итого:	2567,8	1679,7	888,1
		100	100	100

Г.Л.Ф. - Гослесфонд

--- - Границы административных районов

Рис. 39. Карта-схема плотности загрязнения цезием – 137 Брянской области

существующие технологические процессы в вакуум-горизон-

тальных котлах емкостью 2,8 и 4,6 м³ позволяют использовать организмом животных и птицы всего лишь 25-30% протеина отходов, остальные 70-75% в результате жесткой термической обработки переходят в денатурированное состояние и не усваиваются. Длительность процесса термообработки – следствие неэффективности процесса теплообмена в вакуум – горизонтальных котлах, что приводит к большим удельным затратам тепловой энергии на переработку. Существенным недостатком такого процесса является загрязнение окружающей среды неприятно пахнущими и токсическими веществами, а также сброс перед сушкой излишков жидкой фазы (бульона и жира) в канализацию.

В настоящее время в мировой практике при переработке сельскохозяйственного сырья используются новейшие технологические приемы, позволяющие максимально сохранять позитивные свойства и биологическую ценность, а также и улучшать их при получении конечных пищевых и кормовых продуктов. К числу таких технологических приемов относится кратковременная высокотемпературная обработка в тонком слое (HTST). Особо необходимо отметить важность HTST для переработки пера.

Пищевое направление. В птицеперерабатывающей отрасли при выработке мяса полного потрошения около 20% составляют мягкие и костные субпродукты (печень, сердце, мышечный желудок, голова, ноги, костная фракция от механической и ручной обвалки птицы). Помимо субпродуктов значительный резерв составляют тушки кур-несушек, реализация которых по существующим схемам переработки затруднена.

Содержание белка в субпродуктах и костной фракции от механической обвалки животных и птицы составляют 15-18%, почти столько и в мясе, но этот белок труднодоступен.

Костные субпродукты птицы используются в основном для производства кормовой муки.

Незначительная часть субпродуктов используется для производства пищевых бульонов по традиционной технологии.

Переработка костных субпродуктов по традиционной технологии (варка бульонов) позволяет извлекать из сырья 20-30% белка.

Рациональное и экономное использование этого сырья представляет большой вклад в решение проблемы обеспечения белком животного происхождения.

Наиболее рациональным приемом при переработке гетерогенного сырья (смесь мягких и твердых белковых компонентов) является экстракция или ферментативная обработка сырья с целью перевода нерастворимых белков в растворимую форму.

Белковые экстракты и частично гидролизованные белки из животного сырья находят широкое применение в продуктах диетическо-

го, лечебного, детского и специального питания. Они используются в качестве белковых, вкусовых и ароматизированных добавок при приготовлении супов, соусов, консервов, высокопитательных напитков.

Продукты, в состав которых входят частично гидролизованные белки, обладают рядом преимуществ перед продуктами, содержащими смеси аминокислот (низкой осмотичностью, меньшей доступностью пептидов для микрофлоры кишечника, особенностями пептидного транспорта при мембранном пищеварении).

Технологии с использованием ферментной обработки позволяют повышать выход белка из сырья в 2-3 раза.

Этот технологический прием широко используется за рубежом. Наиболее развито производство белковых добавок с использованием ферментативного гидролиза в США, Японии, Франции, Венгрии и Германии.

В последние годы все больше внимания уделяется созданию новых продуктов специального функционального назначения.

В детском, диетическом и специальном питании широко используются ферментоллизаты, которые благодаря высокой усвояемости быстро восстанавливают белковый баланс организма.

Разработана технология получения сухих пищевых бульонов, основанная на легкой ферментативной обработке сырья. Эта технология позволяет использовать практически все имеющиеся ресурсы малоценного сырья. При этом из сырья извлекается в 2,7 раза больше белка, чем по традиционной технологии.

Технология получения пищевых белковых добавок на основе использования направленного ферментативного гидролиза позволяет извлекать до 60-80% белка и получать продукт с заданными свойствами (низкой осмотичностью, антиаллергенными свойствами, высокой растворимостью). Остаток непериварившегося сырья используется на кормовые цели для домашних и сельскохозяйственных животных.

Производство биологически активных препаратов. В настоящее время значительно возрос интерес к производству биологически активных веществ из растительного и животного сырья, которые находят широкое применение в медицине и животноводстве.

Известно, что внутренние органы птицы являются богатым источником биологически активных препаратов. Наиболее исследованы возможности получения биологически активных препаратов из железистых желудков и желчи птицы. Основное внимание в исследованиях ученые уделили проблеме обеспечения сыроделия молочкосвертывающими препаратами. Проведены глубокие исследова-

ния по использованию куриного пепсина в сыроделии [73].

Значительный интерес вызывает медицинский препарат цитохром С. потребность в нем практически не ограничена. Исследования показали, что из сердец кур и цыплят можно получить цитохрома С на 40% больше, чем из сердец крупного рогатого скота.

В последнее время широко проводятся исследования по получению хенодезоксихолевой кислоты из желчи гусей и кур. Применение хенодезоксихолевой кислоты вызывает растворение камней в желчных путях и в печени человека. Разработанная технология позволяет получать до 6% чистой хенодезоксихолевой кислоты из желчи цыплят и кур [67].

Таким образом, рациональное и полное использование всех ресурсов птицеводческого сырья позволяет значительно поднять эффективность отрасли и повысить ее конкурентоспособность на рынке, обеспечить население всех социальных групп высококачественными продуктами питания.

Возрастающая значимость проблемы повышения эффективности и конкурентоспособности птицеводства в современных условиях связана с процессами либерализации мировой торговли. Перспективы вступления России в ВТО и рост международного товарооборота вызывают необходимость усиления конкурентоспособных позиций отечественного птицеводства.

Одним из динамично развивающихся рынков в ведущих странах мира является сектор так называемых органических продуктов питания. Особое место отводится органическому птицеводству, которое начало развиваться ускоренными темпами (около 20% в год) после того, как в 1999 г. мясную продукцию начали маркировать как "органическую".

Повышению спроса населения на органическую мясную продукцию, по мнению экспертов [81], способствуют опасения потребителей, связанные с использованием антибиотиков и гормонов роста, а также беспокойство о здоровье животных и экологии. Эта продукция реализуется по ценам, в 2-4 раза превышающим цены на обычные продукты питания, но все равно находит своего потребителя.

Для того чтобы удовлетворить спрос различных слоев населения на птицеводческую продукцию и повысить ее конкурентоспособность на мировом рынке, необходимо существенно расширить ее ассортимент. Сегодня для производства органической курятины и яиц в России пока не создано необходимых условий: отсутствует рынок органического кормового зерна, нет нужных перерабатывающих мощностей.

Но определенный задел для развития подобного производства

есть. Это-использование в бройлерном птицеводстве **биорезонансной технологии**. Новая система знаний возникла на стыке квантовой химии и молекулярной биологии. Биорезонансная технология позволяет не только увеличить сохранность молодняка и продуктивность птицы, но и получать более качественную продукцию за счет сокращения использования или полного исключения химических препаратов. Данная технология преследует цель – имитировать воздействие на организм веществ, которые бы выполняли ту же функцию, что и естественные соединения типа медиаторов, гормонов, ферментов и антиметаболитов, а также других веществ, обеспечивающих закономерное протекание всех сложных процессов в живом организме. Новая технология позволяет использовать такие излучения, которые нарушают отдельные виды метаболизма у паразитов, не затрагивая организма птицы.

Сегодня биорезонансная технология может быть использована в производственных масштабах. Реализуется она при помощи аппаратуры “Трансфер-Агро”, которая производится в Московском энергетическом институте в соответствии со специальным техническим заданием.

Проектный расчет экономической эффективности использования биорезонансной технологии в мясном птицеводстве (табл. 86) был разработан на базе ООО “Птицефабрика Феникс” Красноармейского района Краснодарского края на бройлерах кросса “ROSS - 308” [189].

86. Проектный расчет экономической эффективности использования биорезонансной технологии в мясном птицеводстве в ООО “Птицефабрика Феникс” на 2008 г.

Показатели	Расчет на 13 тыс. гол. кросс “ROSS - 308”		Новая технология по сравнению с традиционной
	традиционная технология	биорезонансная технология	
Инвестиции всего, тыс. руб.			
в том числе:	-	30,0	+30,0
в аппарат “Трансфер-Агро” для биорезонансного воздействия, тыс. руб.	-	20,0	+20,0
в научное обеспечение и повышение квалификации кадров, тыс. руб.	-	10,0	+10
Сохранность поголовья, %	92,3	94,4	+2,1
Среднесуточный прирост, г	53,4	55,3	+1,9
Живая масса одного бройлера на конец выращивания, г	1916	1983	+67

Производство живой массы бройлеров за год (5 оборотов), кг	114950	121677	+6727
--	--------	--------	-------

Продолжение таблицы 86

Затраты корма на 1 кг прироста живой массы, кг	1,51	1,46	-0,05
Оплата корма продукцией, кг/ц	66,2	68,5	+2,3
Производственные затраты:			
на 5 оборотов поголовья за год, тыс. руб.	2919,7	3005,4	+85,7
на 1 кг прироста живой массы, руб.	25,4	24,7	-1,2
Средняя цена реализации 1 кг живой массы птицы, руб.	38	38	-
Стоимость валовой продукции, тыс. руб.	4368,1	4623,7	+255,6
Чистый доход, тыс. руб.	1448,4	1618,0	+169,6
Производственная рентабельность, %	49,6	53,8	+4,2
Окупаемость инвестиций, мес.	-	2,1	-

Биорезонансное воздействие помогает лучше усваивать питательные вещества корма, что, в свою очередь, проявляется в повышении конверсии корма. Так, затраты корма на 1 кг прироста живой массы в контрольной группе составили 1,51 кг, а в опытной – 1,46 кг, что обеспечило получение дополнительно 2,3 кг продукции на каждый центнер корма. Опыт ООО «Птицефабрика Феникс» Краснодарского края показывает, что использование биорезонансной технологии при производстве мяса бройлеров позволяет активизировать усвоение натуральных микрокомпонентов из кормов. Воздействие спектром электромагнитных частот биологически активных веществ – витаминов, микроэлементов – совпадает с таким же спектром этих веществ в живом организме и приводит к резонансу (биорезонансу), что активизирует абсорбцию и усвоение веществ из корма, к которому эволюционно адаптирован организм.

В конце откорма были исследованы грудные мышцы контрольных и опытных образцов на показатели питательности. Качественный состав мяса цыплят – бройлеров представлен в таблице 87.

87. Качественный состав мяса цыплят – бройлеров

Показатели	Контроль (традиционная технология)	Опыт (биорезонансная технология)	Опыт/контроль, %
Влажность, %	73,25	73,81	100,8
Белок, %	22,57	24,17	107,1
Жир, %	2,93	0,77	26,3
Зола, %	1,25	1,25	100,0
Макро и микроэлементы:			
кальций, г/кг	0,80	0,90	112,5
фосфор, г/кг	2,92	3,00	102,7

железо, мг/кг	4,67	6,38	136,6
медь, мг/кг	0,13	0,37	285,0
Продолжение таблицы 87			
цинк, мг/кг	3,79	4,15	109,5
марганец, мг/кг	0,01	0,04	400,0
кобальт, мг/кг	0,01	0,01	100,0
магний, мг/кг	137,5	143,0	104,0
калий, мг/кг	3779,6	3566,7	94,4
натрий, мг/кг	534,9	769,6	143,9

В организации эффективного сбыта птицеводческой продукции важную роль играют ее безопасность и высокое качество. Актуальность этой проблемы обусловлена возросшим вниманием населения во всем мире к здоровому образу жизни. В этой связи привлечь потребителя и тем самым обеспечить предприятию дополнительный доход могут только высококачественные и экологически чистые пищевые продукты, соответствующие международным стандартам. Именно высокое качество производимой продукции является залогом успешного предпринимательства и определяющим критерием конкурентоспособности птицеводческого предприятия. Наличие сертификата качества является своего рода пропуском на рынок птицепродуктов, а также гарантией безопасности готового продукта для покупателя.

Приведенные данные свидетельствуют о высокой эффективности предложенной технологии, которой присущи незначительные издержки освоения, а в условиях дефицита инвестиционных ресурсов именно короткий срок окупаемости инвестиционных затрат имеет принципиально важное значение, так как позволяет в относительно короткие сроки повысить технологический потенциал отрасли.

Необходимость использования экологически безопасных, ресурсосберегающих методов хозяйствования делает актуальным внедрение биорезонансной технологии, которая является сегодня перспективным направлением. Она позволяет не только лучше реализовать генетический потенциал мясной продуктивности бройлеров, снизить затраты кормов на единицу продукции, но и улучшить качество мяса. Новая технология открывает большие перспективы для развития птицеводства, которые позволят уже в ближайшем будущем обеспечить конкурентоспособность отечественной продукции на мировом аграрном рынке.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Основные результаты и выводы проведенного авторами исследования состоят в следующем:

1. Изучение и обобщение опыта работы птицеводческих предприятий показывает, что действующий экономический механизм их взаимосвязи с поставщиками сырья, переработчиками и потребителями готовой продукции требует активизации интеграционных процессов, нацеливающих всех участников на достижение эффективных конечных результатов, налаживание постоянных, устойчивых организационно-экономических связей.

2. Анализ факторов экономической эффективности позволяет заключить, что при усилении развития интегрированного производства задача оценки экономической эффективности производства может быть решена путем применения метода системного анализа. В работе авторы выделяют и рассматривают подсистемы отрасли птицеводства и предлагают классификацию факторов, определяющих их эффективность.

3. Рынок продукции птицеводства представляет собой совокупность социально-экономических отношений в сфере производства, переработки и распределения, основанных на взаимодействии спроса и предложения. Птицеводство – одна из наиболее перспективных отраслей сельского хозяйства, выгодно отличающаяся от других отраслей животноводства. Промышленное птицеводство – одна из немногих специализированных отраслей АПК, которая способна производить продукцию в значительных объемах и в сжатые сроки, имеющая ритмичный производственный цикл. Особенности ведения птицеводства определяют специфику использования маркетинга в этой отрасли аграрной экономики: жесткое переплетение производственно-экономических и биологических факторов, что повышает степень производственного и предпринимательского риска и определяет меньшую привлекательность птицеводства для бизнеса; наименее монополизированный характер отрасли за счет участия в производстве и реализации продукции большого числа независимых друг от друга товаропроизводителей; ущемление экономических интересов производителей продукции птицеводства со стороны их рыночных партнеров в лице обеспечивающих и обслуживающих структур. Успешное функционирование отрасли возможно только на основе интенсивного развития производства и четких связей с другими сферами продовольственного рынка страны.

4. Исследования, характеризующие современный уровень и эффективность производства продукции птицеводства показывают, что экономическая ситуация в отрасли продолжает оставаться сложной. В период дестабилизации птицеводческие предприятия области заметно ухудшили свои результативные показатели. За последние тринадцать лет численность птицы во всех категориях хозяйств снизилась на 47,4%, в том числе в сельскохозяйственных предприятиях – на 51,7%. Производство мяса птицы в хозяйствах всех категорий уменьшилось на 57,2%, яиц соответственно – на 34,6%. Однако, птицеводческие предприятия области, сохранив свою материальную базу, прогрессивную технологию и квалифицированные кадры, обладают большим потенциалом увеличения объемов и снижения издержек производства продукции птицеводства.

5. Имеющийся опыт развития интеграционных процессов в отрасли свидетельствует о том, что интегрированные структуры, объединяющие в своем составе различные звенья: от производства сельскохозяйственной продукции до её реализации конечным потребителям, являются более эффективными и приспособленными к условиям рыночной экономики.

6. Развитие агропромышленной интеграции при производстве продукции птицеводства на современном этапе выдвигает необходимость разработки новых взаимоотношений, способствующих достижению высокого эффекта всеми интегрирующимися сторонами, и выступает одним из важнейших условий повышения эффективности работы предприятий аграрного сектора в современных условиях становления рынка. С целью активизации процесса интеграции авторы предлагают разработать “Программу интеграции в отрасли птицеводства Брянской области”. В работе определены основные организационно-экономические и финансовые мероприятия по созданию данной программы.

7. В целях повышения эффективности производства продукции за счёт взаимоувязки технологических звеньев в цепи “производство-переработка-реализация” разработан организационно-хозяйственный механизм интегрированного формирования при внедрении замкнутого цикла производства. Разработаны модели внешних и внутренних связей интегрированного формирования, обеспечивающие сбалансированность экономических интересов и взаимную согласованность действий участников интеграционного процесса, модель интеграционных связей подразделения по работе с населением, с производственными подразделениями интегрированного формирования (на примере ООО “Птицефабрика Снежка”).

8. Решение экономико-математической модели по оптимизации производственно-отраслевой структуры интегрированного формирования позволяет существенно повысить экономическую эффективность работы участников интеграционного процесса.

9. В отличие от других отраслей животноводства в птицеводстве концентрация поголовья птицы сохраняется в крупных и средних сельскохозяйственных организациях. Выявлены основные направления и мотивация ведения птицеводства личными подсобными хозяйствами населения и произведена их типизация. Так, для 53% респондентов, содержащих птицу, продукция птицеводства является дополнительным источником продовольствия, для 37 – основным источником получения продуктов питания животного происхождения, а для 10% – дополнительный источник доходов. При этом основная часть ЛПХ, занимающихся производством продукции птицеводства, производит 2-3 вида, а размер приусадебного участка, находящегося в собственности владельцев ЛПХ составляет более 1 га. Это объясняется тем, что по мере увеличения площади землепользования возрастает и возможность наращивать производство кормов для птицы.

10. В рыночных условиях хозяйствования для обеспечения расширенного воспроизводства в птицеводстве принципиальное значение имеет маркетинговая деятельность, направленная на определение резервов повышения эффективности реализации продукции птицеводства за счет поиска наиболее выгодных каналов ее сбыта. Установлено, что за анализируемый период наиболее эффективными каналами реализации продукции птицеводства являлись государственный сектор и рынок. При этом коммерческие расходы аналогичны в обоих случаях, поскольку отсутствует развитая инфраструктура рынка. Расчет стратегического плана сбыта продукции птицеводства на примере ведущего предприятия региона путем решения транспортной задачи как элемента оптимизации сбыта куриных и перепелиных яиц с 3-х складов предприятия в 27 фирменных магазинов собственным транспортом показал, что затраты на их транспортировку снизятся на 23,2%, а экономия составит 1260 тыс. руб. в год.

11. Для определения наиболее важных закономерностей экспертным путем были определены факторы, оказывающие влияние на рентабельность производства и реализации яиц. Для каждого из птицеводческих предприятий были рассчитаны коэффициенты парной корреляции, показывающие степень взаимосвязи между целевой функцией (уровнем рентабельности) и факторами, оказывающими на нее влияние, а именно: товарность производства яиц; тем-

пы роста объема продажи яиц, цены их реализации и яйценоскости кур-несушек; изменение соотношения заемных и собственных средств; темпы роста (снижения) затрат труда, производительности труда, производственной себестоимости яиц, относительная доля рынка, занимаемая предприятием; изменение процентной доли рынка яиц. Основываясь на анализе полученных данных, были отобраны по два приоритетных фактора для каждого птицеводческого предприятия. В целом на основании проведенного анализа сделан вывод, что для птицефабрик яичного направления существует шесть приоритетных параметров, связанных с изменением относительной доли рынка, соотношением заемных и собственных средств, темпами роста объема продаж яиц и цены их реализации и темпами снижения затрат труда.

12. Основными факторами, определяющими эффективность птицеводства на основе принципов маркетинга являются: стратегия сбыта, кадровый потенциал, частота и качество проводимых маркетинговых исследований, ценовая политика предприятия. При этом важнейшим фактором повышения эффективности птицеводства является рациональное использование имеющегося производственного потенциала, которое тесно связано с развитием инновационных процессов: перехода птицеводческих предприятий на более высокопродуктивные породы и кроссы птицы, совершенствованием технологии производства продукции, оснащением цехов более совершенными клеточными батареями, улучшением условий содержания птицы. Все эти факторы учитывались при разработке прогноза развития ведущего птицеводческого предприятия Брянской области ООО «Птицефабрика «Снежка» и способствуют увеличению продуктивности кур-несушек до 305 шт. яиц, росту среднего суточного прироста бройлеров до 42 г, снижению расхода кормов на единицу продукции на 15-18%, сокращению падежа птицы на 5-7%. При перенесении данного проекта на общее поголовье птицы, возможно получение прибыли в размере 27,5 млн. руб.

13. Концепция маркетинга охватывает производство и сбыт как единое целое. По своей сути маркетинг синтезирует и координирует экономическую, организаторскую, финансовую и торговую деятельность товаропроизводителей, продавцов, покупателей и потребителей. Отдельные маркетинговые действия, взятые сами по себе, не обеспечивают желаемого эффекта. Внедрение системы маркетинга требует от птицеводческих предприятий структурных изменений в ее организации и управления, в тоже время предприятия с маркетинговой ориентацией сбыта продукции птицеводства и ее переработки более восприимчивы к конъюнктуре рынка. Для

различных по специализации, размерам и объемам сбыта птицеводческих предприятий целесообразно использовать различные службы маркетинга, учитывающие особенности сбытовой и производственной деятельности. Предлагаемая модель единого маркетингового центра в составе аппарата управления Комитета по сельскому хозяйству и продовольствию Брянской области предполагает на начальной стадии построение ее деятельности на принципах продуктовой ориентации, а затем – на принципах функциональной ориентации, что позволит регулировать производство продукции птицеводства, анализировать спрос на нее, планировать региональную структуру птицепродуктового подкомплекса и создать необходимые условия для более выгодного сбыта продукции птицеводства.

14. В качестве основных направлений повышения эффективности птицеводства предлагается:

- Развивать новые подотрасли птицеводства: перепеловодство, страусоводство, утководство, фазановодство, голубеводство. Развитие новой подотрасли – гусеводства авторы определяют как стратегическое направление развития животноводства сектора личных подсобных хозяйств населения. Разработан инвестиционный проект “Гуси”.
- Советствовать внутрихозяйственные отношения.
- Развивать систему маркетингового управления.
- Развивать инновационно – инвестиционную деятельность в отрасли птицеводства.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Абрамова Г. П. Маркетинг. Вопросы и ответы. – М.: Агропромиздат, 1991. – 158 с.
2. Абрамова Г., Зубова Н. Маркетинг – новое средство конкурентной борьбы // Экономика сельского хозяйства России. – 1995. – № 5. – С. 14
3. Агро – 300: птицеводство по-прежнему лидирует // Птицеводство. – 2008. - № 1. – с. 2-5.
4. Агропромышленная интеграция: опыт, проблемы. Социальные проблемы агропромышленной интеграции: сборник статей // Академия наук СССР, институт социально-экономических проблем агропромышленного комплекса / Ред. В.Б.Островский и др. – Саратов: ИСЭП АПК, 1988. – 159с.
5. Айвазян С.А., Енюков И.С., Мешалкин Л.Д. Прикладная статистика: Исследование зависимостей. Справ. издание. – М.: Финансы и статистика, 1985. – 487 с.
6. Алов-Лапскер А. Агроиндустриальные комбинаты. Принципы организации и планирования. – М.: Сельколхозгиз, 1931. – 78 с.
7. Алтухов А.И. Приоритет крупным сельхозпредприятиям всех форм собственности // АПК: экономика, управление. – 2005. - №3 – с.24-28.
8. Амблер Т. Практический маркетинг. Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2001. – 400 с.
9. Анализ хозяйственной деятельности сельскохозяйственных предприятий / А.В. Фудина, С.Н. Плетцов, В.П. Кузнецов. – М.: Агропромиздат, 1991. – 256 с.
10. Андреева О.Д. Технология бизнеса. Маркетинг: Учебное пособие. – М.: Дело, 2001. – 224 с.
11. Антипова Л., Полянских С.и др. Прослеживаемость безопасности птицепродуктов // Птицеводство. - 2010.- № 3.- С. 43-46.
12. Арутюнян А.Г. Развивать фирменную торговлю продукцией птицеводства // АПК: экономика, управление.-2009. - № 3.-С. 18-20.
13. Астратова Г., Сёмин А. Маркетинг как инструмент потребительского рынка продовольственных товаров // Маркетинг. – 1998. – № 4. – С. 54-59.
14. Аткинсон Д. Все о продажах. Настольная книга бизнесмена. – М.: Фаир-Пресс, 2001. – 272 с.
15. Бабинцева Е. Организация системы маркетинга в АПК области // АПК: экономика и управление. – 1997. – № 2. – С. 40-45.
16. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. Маркетинг: Учебник для ВУЗов. – М.: Экономика, 2001. – 718 с.

17. Базиков А.А., Зайцев А. Г., Такмакова Е.В. Роль маркетинга в росте доходов сельского населения / Никоновские чтения 2002. Власть, бизнес и крестьянство: механизмы эффективного взаимодействия. – М.: Энциклопедия российских деревень, 2002. – С. 322-323.
18. Баклаженко Г.А. Развитие интеграционных процессов в АПК на основе трансформации собственности // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2003 - № 2 – С. 8-11.
19. Баранова Л.Я. Повышение экономической эффективности производства продукции птицеводства в условиях ускорения технического прогресса: Автореф. дис. на соиск. учён. степ. канд. экон. наук: (08.00.05.) – М., 1989 – 21 с.
20. Басовский Л.Е. Маркетинг: Курс лекций. – М.: Инфра-М, 2003. – 219 с.
21. Батурина И., Луков В. Рынок: сущность, основные понятия, структура // Российский экономический журнал. – 1993. – № 1. – С. 132 - 140.
22. Баутина Н. Опыт становления рыночных хозяйств (информация, размышления, комментарии) // Экономические науки. – 1991. – № 8. – С. 32-37.
23. Бахтин И.А., Пушкарёв Н.В. Экономика и организация птицеводства на индустриальной основе. – М.: Колос, 1980 – 198 с.
24. Бейкер М. Теория маркетинга. Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2002. – 464 с.
25. Белова Л.А. Проблемы повышения экономической эффективности птицепродуктового подкомплекса АПК в условиях рыночных отношений. Автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Краснодар, 1996. – 23 с.
26. Белова Л.А. Роль государства в стабилизации птицепродуктового подкомплекса АПК в условиях рынка // Никоновские чтения 2000. Рыночная трансформация сельского хозяйства: десятилетний опыт и перспективы. – М.: Энциклопедия российских деревень, 2000. – С. 256-257.
27. Беляевский И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 320 с.
28. Бернет Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход. Реклама. Паблик рилейшнз. Стимулирование сбыта. Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2001. – 864 с.
29. Благова В. Итоги и прогнозы // Птицеводство. – 1999. – № 1. – С. 38-39.

30. Благова В. О птицеводстве – на научной сессии РАСХН // Птицеводство. – 2001. - №5. – с.2-5.
31. Бобылева Г. Птицеводство России // Птицеводство. – 2005. - № 4 – С. 4-11.
32. Бобылёва Г. Реализация национального проекта – стратегия птицеводов России // Птицеводство. – 2007. – № 1. – С. 5-7.
33. Бобылёва Г. Зарубежный опыт государственного регулирования аграрного сектора экономики и возможное его применение в Российской практике // Международный сельскохозяйственный журнал.- 2010.- № 3.- С. 7-9.
34. Богданов М. У истоков массовой интенсификации отрасли // Птицеводство – 1994 - № 5, с.32-36.
35. Богданов М.О. О критериях эффективности птицеводства // Птицеводство. – 1975. – № 1. – С. 17-19.
36. Боев В.Р. Система ведения хозяйства – база обеспечения продовольственной безопасности / Система ведения агропромышленного производства. – М.: АгриПресс, 1999. – 89 с.
37. Боев В.Р., Романов А.Е., Серков А.Ф., Ушачев И.Г., Шутьков А.А. Формирование рынка сельскохозяйственной продукции, продовольствия и материально-технических ресурсов // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 1997. – № 2. – С. 7-16.
38. Божко П. Трёхлетие послевоенного восстановления отрасли // Птицеводство – 1993. - № 2, с. 39-40.
39. Борхунов Н. Ценообразование на сельскохозяйственную продукцию // АПК: экономика, управление. – 1996. – № 5. – С. 41-46.
40. Бредихин И.М. Эффективность аграрного производства в переходной период: опыт и проблемы. – М.: АгриПресс, 1997. – 144 с.
41. Брянская область 2002: Стат. Сб. / Облкомстат. – Брянск, 2003. – 265 с.
42. Буздалов И.Н., Кресникова Н.И., Крылатых И.Н. и др. Аграрная реформа в России: концепции, опыт, перспективы. – М.: Энциклопедия российских деревень, 2000. – Вып. 4. – 432 с.
43. Булавин Р. Российский рынок мяса и зерна // Агрорынок, апрель 2003. – 16 с.
44. Вайс Х., Якобсон У. Маркетинг. Введение в современный маркетинг. – М.: Внешторгиздат, 1992. – 430 с.
45. Василенко В.П., Арефьев В.И., Козлова А.П. Кооперативные и агропромышленные организационно-хозяйственные структуры. – М.: Дело, 1996. – 261 с.
46. Василенко В.П. Агропромышленные формирования СССР в условиях перехода к рыночным отношениям. / Методические указания – М.: ВНИЭСХ, 1995. – 100 с.

47. Васильченко М.П. Основы интеграции сельскохозяйственного и промышленного труда. – М.: Экономика, 1985. – 137 с.
48. Вебер А. М. Парадоксы свободного рынка // Свободная мысль. – 1994. – № 18. – С. 43-53.
49. Вермель Д.Ф., Жуйков В.И. Поддержка агробизнеса в России: федеральные и региональные функции / Никоновские чтения 2002. Власть, бизнес и крестьянство: механизмы эффективного взаимодействия. – М.: Энциклопедия российских деревень, 2002. – С. 108-110.
50. Вермель Д.Ф., Исмуратова Г.С. Формы сельскохозяйственных предприятий и семейные хозяйства Костанайской области // Международный сельскохозяйственный журнал. – 2004. - №4 – С.8-12.
51. Вествуд Дж. Маркетинговый план. – СПб.: Питер, 2001. – 256 с.
52. Винничек Л.Б., Зарук Н.Ф., Федотова М.Ю. Доходы сельского населения: проблемы и перспективы / Никоновские чтения 2000. Рыночная трансформация сельского хозяйства: десятилетний опыт и перспективы. – М.: Энциклопедия российских деревень, 2000. – С. 292-293.
53. Витт Ю. Управление сбытом / Пер. с нем. – М.: Инфра-М, 1997. – 112 с.
54. Власова В.М., Волков Д.Л. и др. Основы предпринимательской деятельности: маркетинг. – М.: Финансы и статистика, 1999. – 240 с.
55. Власова В.М.. Основы предпринимательской деятельности. Маркетинг. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 240 с.
56. Владимирова Н. Приоритет отечественной продукции// Птицеводство, 2011.- № 6.- С. 2.
57. Волков А.С., Евсюков А.В. Методические рекомендации по организации снабженческо-сбытовой деятельности на основе маркетинга. – М.: «Новый Век», 2011. – 88 с.
58. Волкова Н., Логинова Ю. Птицеводческий подкомплекс как составная часть АПК // Птицеводство. – 2005. - №3 – С. 8-9.
59. Волкова И. Слагающие успеха в яичном птицеводстве // Птицеводство.- 2011.- 3.- С. 35-37.
60. Володин В.М. Сельскохозяйственная производственная кооперация в России (Изд. 2-е, перераб. и доп.) – М.: ФГНУ “Росинформагротех”, 2002. – 308 с.
61. Гатаулин А. М. Экономическая теория: толковый терминологический словарь. – М.: Колос, 1998. – 247 с.
62. Гембл П., Стоун М. Маркетинг взаимоотношений с потребителями. Революция в маркетинге: стратегии, ориентированные на потребителя. – М.: ГРАНД, 2002. – 512 с.

63. Герасименко В.В. Основы маркетинга. – М.: ТЕИС, 2000. – 142 с.
64. Гермогенова Л.Ю. Эффективная реклама в России. Практика и рекомендации. – М.: Рус Партнёр Лтд, 1994. – 480 с.
65. Гешель В. П. Развитие экономических отношений в производстве, переработке и реализации животноводческой продукции // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 1995. – № 3. – С. 7-10.
66. Гоголев В., Любимов Д. Интеграция сельскохозяйственных организаций и хозяйств населения региона // Международный сельскохозяйственный журнал.- 2011.- № 3.- С. 24-25.
67. Голуб П. Роль интеграции в социальном развитии села // Экономика сельского хозяйства России – 2004. - №3 – С. 21.
68. Голубков Е.П. Маркетинг. Словарь-справочник. Изд. 2. – М.: Дело, 2000. – 440 с.
69. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. – М.: Финпресс, 1998. – 416 с.
70. Гордеев А. Отрасль не забыта // Птицеводство – 2000. - № 4. – С. 7-9.
71. Горшков Л., Ройтер Л., Горшкова Т. К оценке финансовой устойчивости предприятия // Птицеводство – 2000. - № 2. – С. 9-11.
72. Горяшин В. Проблемы отрасли // Птицеводство. – 1996. – № 4. – С. 4.
73. Гречанюк С. Развитие интеграции в АПК Северо-Запада России // АПК: экономика, управление. – 2004. - №3. – С. 36-42.
74. Грон Я. Управление на основе маркетинга // АПК: экономика и управление. – 1993. – № 1. – С. 36-40.
75. Грядов С.И., Крячков И.Т., Удалов В.А., Гурин Ю.М., Мищенко В.Ф., Шикин Е.П. Предпринимательство в АПК: Учебник для ВУЗов. – М.: Колос, 1997. – 351 с.
76. Губанов А.Г. Развитие и повышение экономической эффективности мясного птицеводства: тенденции и перспективы: Автореф. дис. д-ра эконом. наук: 08.00.05. / ЛГУ – Л., 1991. – 42 с.
77. Гудашев В.А. Стратегия развития регионального АПК (на примере Пензенской области) // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2005. - №2. – С. 29-31.
78. Гусева К.М. Своё хозяйство – свои продукты. – М.: Московский рабочий, 1995. – 269 с.
79. Гуцин В. Взаимоотношения птицеводческих компаний с фермерами в США // Птицеводство. – 1999. – № 3. – С. 33-35.
80. Гуцин В. Системный подход к проблеме качества мяса птицы // Птицеводство. – 2002. – № 1. – С. 34-38.

81. Гуцин В., Русанова Г. Тенденции в мировой перерабатывающей промышленности // Птицеводство. – 2005. – № 1. – С. 27-29.
82. Гуцев О. Возможность увеличения продаж мяса бройлеров // Птицеводство. - 2011. - № 5. - С. 2-8.
83. Давлеев А. Птицеводство США // Птицеводство. – 2000. - №4. – С. 46-47.
84. Денин Н. В. Эффективность производства продукции птицеводства // Птицеводство. – 1997. – № 7.
85. Денин Н. В. Эффективность агропромышленной интеграции на микроэкономическом уровне. // АПК: экономика, управление – 2003 - №10 – с.44-51.
86. Денин Н.В. Организационно – экономические факторы роста эффективности птицеводства в условиях рынка. – Брянск, 2000. – 132с.
87. Денин Н.В. Организационно-экономические факторы роста эффективности птицеводства в условиях рынка. Автореф. дис. ... канд. экон. наук. – М., 1999. – 24 с.
88. Денин Н.В. Эффективность производства продукции птицеводства // Птицеводство. – 1997. - №7 – с.8-9.
89. Джоббер Д. Принципы и практика маркетинга. Пер. с англ. – М.: ИД Вильямс, 2000. – 688 с.
90. Дзагоев В.Ю. Экономическое обоснование создания агропромышленных холдингов по производству продукции птицеводства: Автореферат дис. на соиск. учён. степ. канд. эк. наук: (08.00.05.) – Киров, 2003. – 22 с.
91. Дибб С., Симкин Л. Практическое руководство по сегментированию рынка. Пер. с англ. – СПб.: ПИТЕР, 2002. – 240 с.
92. Дибб С., Симкин Л., Бредли Дж. Практическое руководство по маркетинговому планированию. Пер. с англ. – СПб.: ПИТЕР, 2001. – 256 с.
93. Добрынин В.А. Актуальные проблемы экономики агропромышленного комплекса. – М.: МСХА, 2001. – 401 с.
94. Добрынин В.А. Кооперация в сельском хозяйстве. – М.: МСХА, 1999. – 81с.
95. Добрынин В.А. Экономическая эффективность сельскохозяйственного производства в условиях перехода к рыночным отношениям. – М.: Изд. МСХА, 1994. – 47с.
96. Добрынин В.А. Экономическая эффективность сельскохозяйственного производства в условиях перехода к рыночным отношениям (лекция). – М.: Изд-во МСХА, 1998. – 81 с.
97. Дорошев В.И. Введение в теорию маркетинга: Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 285 с.

98. Дуданов И.И. Подходы к оценке конкурентоспособности товарной продукции на региональных продовольственных рынках // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 1999. – № 12. – С. 23-27.

99. Едренкина Н.М. Пути и формы улучшения реализации продукции личных подсобных хозяйств / Никоновские чтения 2002. Власть, бизнес и крестьянство: механизмы эффективного взаимодействия. – М.: Энциклопедия российских деревень, 2002. – С. 384-385.

100. Емельянов А.М. Механизм защиты аграрного сектора в условиях перехода к рынку // Международный сельскохозяйственный журнал. – 1992 - №3. – С. 18.

101. Жигалин М.М. Критерии и показатели эффективности производства продукции птицеводства в рыночных условиях: Учебное пособие. – М., 1999. – 27 с.

102. Жигалин М.М. Проблемы формирования и экономического развития птицепродуктового подкомплекса. (теория, методология, практика). – М.: ГУП “Агропрогресс”, 1998. – 435с.

103. Жигалин М.М. Проблемы формирования и экономического развития птицепродуктового подкомплекса (теория, методология, практика). – М., 1998. – 433 с.

104. Заболотников А.А. Справочник птицевода. – М.: Московский рабочий, 1984. – 255 с.

105. Завгородняя А.А. Маркетинговое планирование. Анализ моделей управления. Конкурентная политика. Контроль над качеством. – СПб.: Питер, 2002. – 352 с.

106. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 496 с.

107. Зайцев А.А., Кирпичева Л.Ф. Методические рекомендации по анализу и прогнозированию товарных рынков. – М.: «Новый Век», 2001. – 96 с.

108. Зеболов Н. Брянщина – 2003 в цифрах и фактах. – Брянск: Издательство “Читай-город”, 2004. – 27с.

109. Зелепугин А. Д. Формирование аграрного рынка в центре Европейской части России. – Брянск, 1996. – 237 с.

110. Зелепугин А.Д. Межотраслевое экономическое взаимодействие в системе АПК // Социально-экономические проблемы АПК и опыт их решения на региональном уровне: Сборник научных работ. – Брянск, 2004. – С. 12-18.

111. Зелепугин А.Д. Теоретические основы формирования рынка сельскохозяйственной продукции. – Брянск, 1999. – 98 с.

112. Зелепугин А.Д., Кузьмицкая А.А. Отрасль птицеводства и перспектива её развития с учётом вступления России в ВТО. // Сб.

науч. тр. “Агропродовольственная политика и вступление России в ВТО” / ВИАПИ. – М.: “Энциклопедия российских деревень”, 2003. – 552 с.

113. Зинченко А.П. Использование производственного потенциала сельского хозяйства России в условиях формирования многоукладной экономики в рыночных отношениях. – М.: МСХА, 1995. – 85 с.

114. Злобин Е.Ф. Агропромышленная интеграция в условиях рыночной экономики. Региональный аспект. – М.: Агри-Пресс, 2003. – 365 с.

115. Ибрагимов К.Х. Эффективность сельскохозяйственного производства в условиях перехода к регулируемому рынку (региональный аспект). – М.: Изд-во МСХА, 1994. – 190 с.

116. Ибрагимов Л.А. Инфраструктура товарного рынка. – М.: Приор, 2001. – 256 с.

117. Иваненко В. Состояние и пути развития специализированных хозяйств // АПК: экономика, управление. – 1996. – № 6 – С. 3-10.

118. Ильюшонок С.Е. Экономические и социальные проблемы научно-технического прогресса в агропромышленном комплексе. – М., 1990 – 120с.

119. Инвестиции в сельское хозяйство России. Статистический обзор // Экономика сельского хозяйства России. – 2003. - №8. – С. 17.

120. Интеграция аграрных рынков: Методология, анализ тенденций, перспективы (научные труды ВИАПИ; Вып.12.) – М.: Энциклопедия российских деревень, 2005. – 313 с.

121. Карлюк И., Мымриков Н. Направление стабилизации и развития АПК // Экономист. – 1993. – № 2. – С. 61-65.

122. Картер Г. Эффективная реклама. – М.: Прогресс, 1991. – 267 с.

123. Кирцнер И. Конкуренция и предпринимательство. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 239 с.

124. Клочков К.Н. Формирование отдела маркетинга в птицеводческом предприятии // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2003. - №4. – С. 18-20.

125. Ключач В. Развитию кооперирования в АПК России – всемерную поддержку // АПК: экономика, управление. – 2003. - №2 – С. 3.

126. Ключач В. Экономическая наука – агропромышленному производству // АПК: экономика, управление. – 2005. -№3. – С. 12-23.

127. Ключач В.А. Маркетинг сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия. – М.: 1998. – 208 с.

128. Кныш М.И. Конкурентные стратегии: Учебное пособие. – СПб.: ИЭ, 2000. – 284 с.
129. Ковалев В.В. Маркетинговый анализ. – М.: Центр экономики и маркетинга, 2000. – 256 с.
130. Коваленко Г.Л., Карагодин Д.А. Кооперация и интеграция в птицеводстве Оренбургской области // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2004. - №8 – С. 37-38.
131. Коваленко Н.Я. Экономика сельского хозяйства: Курс лекций. – М.: ЭКМОС, 1998. – 448 с.
132. Кондратьев Н.Д. Перспективы развития сельского хозяйства СССР. – М.: Новая деревня, 1924. – С. 35-39.
133. Конкина Л.С. Маркетинговое планирование – основа внутрифирменного планирования / Никоновские чтения 2002. Власть, бизнес и крестьянство: механизмы эффективного взаимодействия. – М.: Энциклопедия российских деревень, 2002. – С. 321-322.
134. Котлер Ф. Маркетинг и менеджмент. Пер. с англ. – СПб.: Питер, 1999. – 145 с.
135. Котлер Ф. Основы маркетинга. Пер. с англ. – М.: Ростинтер, 1996. – 704 с.
136. Котлер Ф. Управление маркетингом. – М.: Экономика, 1990. – 147 с.
137. Котлер Ф., Армстронг Г. Основы маркетинга. Пер. с англ. – Вильямс, 2003. – 1200 с.
138. Котов Г.Г. Что такое эффективность сельскохозяйственного производства. – М.: Колос, 1975. – 96 с.
139. Коуз Р. Фирма, рынок и право./ пер. с англ. – М.: Дело, 1993. – 193с.
140. Красовский Ю.Д. Формирование службы маркетинга // Маркетинг в России и за рубежом. – 1998. – № 5. – С. 126-142.
141. Кретов И.И. Маркетинг на предприятиях: Практическое пособие. – М.: АО «Финстатинформ», 1994. – 181 с.
142. Кретов И.И. Организация маркетинга на предприятии: Практическое пособие. – М.: Юрист, 2001. – 96 с.
143. Кругляков Г.К., Круглякова Г.В. Товароведение мясных и яичных товаров. – М.: Книготорговый центр «Маркетинг», 2001. – 489 с.
144. Крылова Г.Д., Соколова М.И. Маркетинг. Теория и 86 ситуаций: Учебное пособие. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1999. – 519 с.
145. Кузин Ф.А. Маркетинг. – М.: Ось-89, 2000. – 320 с.
146. Кузнецов В., Засько В. Аграрные финансово – промышленные группы // Экономика сельского хозяйства России. – 2003. - № 9. – С. 7.

147. Кузнецов В.В., Маркин С.Ю. Методологические основы формирования финансово-промышленных групп в АПК // Сб. науч. тр. "Финансово – промышленные группы в АПК: методология и практика" / РАСХН, ВНИИЭиН. – Ростов н/Д, 1997. – 40 с.

148. Кузнецов С., Заболотнов Л. Качество скорлупы яиц // Птицеводство. – 2002. – № 2. – С. 39-40.

149. Кузьмицкая А.А. Зарубежный и отечественный опыт развития агропромышленной интеграции на базе птицеводческих предприятий// Сборник материалов научно-практической конференции. Социально-экономические проблемы АПК и опыт их решения на региональном уровне. – Брянск: Издательство Брянской ГСХА, 2004. – 79 с.

150. Кузьмицкая А.А. Экономические проблемы птицеводческих предприятий Брянской области и вариант их решения // Материалы научно-практической конференции «Молодые учёные – аграрной науке и производству». – Брянск.: Издательство Брянской ГСХА, 2003. – 140 с.

151. Кюппер В. Продажи. Базовый курс. Кн.1. Рынок и продукт. Пер. с нем. – М.: АО «Интерэксперт», 2000. – 72 с.

152. Кюппер В. Продажи. Базовый курс. Кн.2. Планирование и организация. Пер. с нем. – М.: АО «Интерэксперт», 2000. – 80 с.

153. Ламбен Ж.Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива. Пер. с франц. – СПб.: Наука, 1996. – 363 с.

154. Лапина О. Повышение конкурентоспособности российских товаров в условиях вступления России в ВТО.// Международный сельскохозяйственный журнал.- 2011.- №3.- С. 12-14.

155. Левченко Е.В. Проблема государственной поддержки птицеводства России / Никоновские чтения 2002. Власть, бизнес и крестьянство: механизмы эффективного взаимодействия. – М.: Энциклопедия российских деревень, 2002. – С. 104-105.

156. Лещиловский П.В., Догиль Л.Ф., Тонкович В.С. Экономика предприятий и отраслей АПК. Минск. БГЭУ – 2001 – 573 с.

157. Лифиц И.М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг. – М.: Юрайт, 2001. – 224 с.

158. Личко К.П. Проблемы методологии прогнозирования АПК / Материалы юбилейной научной конференции. – М.: МСХА, 2001. – С. 68-71.

159. Личко К.П. Прогнозирование и планирование развития агропромышленного комплекса. – М.: КолосС, 2007. – 286 с.

160. Лишанский М.Л., Маслова И.Б. Финансы в сельском хозяйстве: учеб. пособие для вузов. – М.: Финансы, ЮНИТИ, 1999. – 430 с.

161. Лобанова Е. Прогнозирование с учетом цикличности эко-

- номического роста // Экономические науки. – 1991. – № 1. – С. 12-19.
162. Луин Д. Государственное регулирование сельского хозяйства США // Международный сельскохозяйственный журнал. – 1991. – № 6. – С. 25-26.
163. Лукьянов В. Проблемы переработки продукции // Птицеводство. – 1996. – № 3. – С. 32-34.
164. Лысенко Е.Г., Фролов В.И. Развитие сельскохозяйственной кооперации. – М.: Колос, 1998. – 159 с.
165. Макаренко А.П. Эволюция мирового кооперативного движения. – М., 1993. – 313 с.
166. Макарец Л.И., Макарец М.Н. Экономика производства сельскохозяйственной продукции: Учебное пособие. – СПб: Издательство “Лань”, 2002. – 224 с.
167. Макеенко М.М., Негру-Водэ А.С., Седых Ю.В. и др. Экономика межхозяйственных и агропромышленных предприятий и объединений. Учебное пособие. Под ред. Ю.В.Седых. – М.: Колос, 1977. – 448 с.
168. Макеева Т.Ю. Обоснование прогнозных сценариев развития отрасли птицеводства Московской области: Автореферат дис. на соиск. уч. степен. канд. экон. наук (08.00.05). – М. 2006. – 23 с.
169. Малева С., Санин Г. Используя внутренние резервы // Птицеводство. – 1996. – № 1. – С. 7-9.
170. Маркетинг. Под редакцией Уткина Э.А. – М.: Экмос, 1999. – 320 с.
171. Межхозяйственная кооперация и агропромышленная интеграция / А.М. Онищенко, А.И. Смыслов, А.В. Фурдюк и др. – Киев: Урожай, 1980. – 312 с.
172. Методика экономических исследований в агропромышленном производстве / Под ред. В.Р. Боева. – М.: ВНИЭСХ, 1995. – 218 с.
173. Методические рекомендации по организации маркетинга в агропромышленном производстве // АПК: экономика и управление. – 1993. – № 7. – С. 45-56.
174. Механизм организационного построения и экономические отношения в интегрированных формированиях холдингового типа. Методическое пособие. – М.: ФГОУ РОС АКО АПК, 2002. – 91 с.
175. Миллер. Как использовать торговые выставки с максимальным эффектом. – Довгань, 1998. – 126 с.
176. Морозова Т.Г., Пикулькин А.В. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: Учебное пособие для ВУЗов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. – 318 с.

177. Московин А. Совершенствование системы показателей сельскохозяйственного производства // АПК: экономика, управление. – 1994. - №9. – С. 72-76.
178. Мышакин А. Развиваем фирменную торговлю // Экономика сельского хозяйства России. – 2003. - №9. – С. 8.
179. Настенко А.Д., Васина Т.В. Прогнозирование отраслевого и регионального развития. – М.: Гелиос АРВ, 2002. – 144 с.
180. Настоящее и будущее птицеводства // Птицеводство. – 2002. – № 3. – С. 4-9.
181. Немчина А.М., Минаева Д.В. Маркетинг: Учебное пособие для ВУЗов. – СПб.: ИД Бизнес-пресса, 2001. – 512 с.
182. Нерубенко Г. Покупайте российское // Птицеводство. – 1999. – № 2. – С. 36-37.
183. Нерубенко Г. Полнее использовать потенциал отрасли // Птицеводство. – 2001. - № 3. – С. 2-6.
184. Нерубенко Г. Тридцать лет по пути промышленного развития птицеводства России // Птицеводство. – 1995. – № 3. – С. 6-10.
185. Нечаев В.И., Авакова А.Г., Артемова С.И. Перспективы развития биорезонансной технологии и экономическая эффективность бройлерного птицеводства // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2008. - №1. – С. 33-36.
186. Никонов А. А. Спираль многовековой драмы: аграрная наука и политика России (XVIII-XX вв.). – М.: Энциклопедия российских деревень, 1995. – 574 с.
187. Николаев С. Агромаркетинговая инфраструктура и её роль в развитии рыночных отношений // АПК: экономика, управление. – 1998. – № 12. – С. 73-78.
188. Никсон Ф. Роль руководства предприятия в обеспечении качества и надежности продукции птицеводства. – М.: Изд-во стандартов, 1990. – 147 с.
189. О перспективах мирового промышленного птицеводства к 2000 г. (США) // Реферативный журнал. – 1993. – № 3. – С. 37-38.
190. Оболенский К.П. Экономическая эффективность сельскохозяйственного производства (теория и практика) – М.: Экономика, 1974 – 220с.
191. Органическое птицеводство в США // Бюллетень иностранной коммерческой информации. – 2007. - № 93. – 6 с.
192. Овчинникова Н.Е. Ассоциация отраслевых союзов АПК Свердловской области: стратегия развития. // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2004. - №10 – С. 34-36.

193. Огвоздин В.Ю. Управление качеством: Учебное пособие. – М.: Дело и Сервис, 1999. – 160 с.
194. Огневцев С.Б., Сиптиц С.О. Рынок мяса птицы и проблемы его регулирования. – М.: ВИАПИ, 2004. – 31 с.
195. Организационно-экономические основы хозяйствования в предприятиях АПК. Сборник научных трудов. – Ульяновск. УГСХА, 2000. – 110 с.
196. Организационно-экономический механизм холдинговых формирований в АПК. – М.: РАСХН, ГНУ ВНИЭТУСХ, 2002. – 187 с.
197. Организация предпринимательской деятельности / С.И. Грядов, П.Е. Подгорбунских, В.А.Удалов и др. / Под. ред. С.И. Грядова. – М.: КолосС, 2003. – 416 с.
198. Организация производства на предприятиях АПК / Ф.К. Шакиров, С.И. Грядов, А.К. Пастухов и др. / Под. ред. Ф.К. Шакирова. – М.: КолосС, 2003. – 224 с.
199. Организация сельскохозяйственного производства / Ф.К. Шакиров, В.А.Удалов, С.И. Грядов и др. / Под. ред. Ф.К. Шакирова. – М.: Колос, 2000. – 504 с.
200. Осипова Л.В., Синяева И.М. Основы коммерческой деятельности: Учебник для вузов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2000. – 623 с.
201. Основные положения проекта концепции-прогноза развития птицеводства на период до 2010 года. Росптицесоюз // Информационный бюллетень.– 2001. - № 8. – С. 37-48.
202. Островский В.Б., Самсонов В.Б. Личное подсобное хозяйство в условиях агропромышленной интеграции. – М.: Наука, 1988 – 160 с.
203. Памбухчиянц О.В. Организация и технология коммерческой деятельности: Учебник для ССУЗ. – М.: ИВЦ Маркетинг, 2001. – 450 с.
204. Панкратов Ф.Г., Баженов Ю.К., Серегина Т.К., Шахурин В.Г. Рекламная деятельность: Учебник для студентов высших учебных заведений. – М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2000. – 364 с.
205. Перекалина Н.С. Исторические корни российской модели маркетинга // Маркетинг в России и за рубежом. – 1998. – № 2. – С. 3-14.
206. Пигарев Н. Клеточная эпопея // Птицеводство – 1993. - № 3. – С. 38-43.
207. Пилдич Дж. Путь к покупателю. – М.: Сирин, 2001. – 256 с.
208. Повышение эффективности животноводства – М.: Россельхозиздат, 1987. – 89 с.

209. Повышение эффективности промышленного птицеводства / Гл. ред. В.И. Фисинин. – Загорск, 1992 – 72 с.
210. Попов И. Оценка деятельности птицеводческих предприятий в условиях рынка // Птицеводство. – 1993. – № 6. – С. 6-9.
211. Попов И., Горяинова Л., Сезько М. Маркетинг в птицеводстве // Птицеводство. – 1995. – № 6. – С. 2-3.
212. Попов Н.А. Экономика отраслей АПК. Курс лекций. – М.: ИКФ “ЭКМОС”, 2002г. – 368с.
213. Популярный экономико-статистический словарь – справочник. – М.: Финансы и статистика, 1993.
214. Потребительские цены в Брянской области в 2002 году. Статистический сборник. – Брянск, 2003. – 52 с.
215. Пошкус Б. Проблемы аграрного рынка России // АПК: экономика, управление. – 2005. - №2 – С. 37-42.
216. Практика применения экономико-математических методов и моделей. – М.: ЗАО “Финстатинформ”, 2000. – 246 с.
217. Проекты реформирования регионального АПК. Книга 1 (части I и IV). – М.: ФГНУ “Росинформагротех”, 2001. – 472 с.
218. Промышленное птицеводство / В.Н. Агеев, Ф.Ф. Алексеев, М.А. Асриян и др., составители В.И. Фисинин и Г.Н. Гарцатьянт. – М.: Агропромиздат, 1985. – 479 с.
219. Плиев Ю. Стратегия развития птицеводства в России // АПК: экономика, управление. - 2011. - №2. - С. 89 - 93.
220. Раицкий К.А. Экономика предприятия. – М.: Дашков и К., 2002. – 420 с.
221. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. – М.: Ифра-М, 2002. – 480 с.
222. Реганов М. Эффективность глубокой переработки продукции птицеводства // АПК: экономика, управление. – 1996. – № 6. – С. 58-60.
223. Регионы России. Социально-экономические показатели 2002: Стат. Сб./ Госкомстат России. – М., 2002. – 863 с.
224. Роговской Н.О. О некоторых показателях эффективности птицеводства // Птицеводство. – 1977. – № 5. – С. 16-17.
225. Родионова О.А. Интеграция в сфере агропромышленного производства: тенденции, механизмы реализации. – М.: ГУП Агропрогресс, 2000. – 174с.
226. Родионова О.А., Дацкова Е.В. Институциональные преобразования и развитие интеграционных процессов в АПК // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2005. - №1 – С. 39-42.

227. Рой Е.П. Фермерство по контрактам и экономическая интеграция. – Данвилл: Иллинойс, 1972. – 190 с.
228. Романов А.Н., Жуков Г.А. и др. Маркетинг: Учебник. – М.: ЮНИТИ, 1996. – 560 с.
229. Савильев И.К. Истоки промышленного птицеводства // Птицеводство – 1993. - №1. – С. 33-36.
230. Санталов В.Н. Повышение эффективности функционирования птицеводческих предприятий: Автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Воронеж, 1998. – 19 с.
231. Секерин В.Д. Маркетинг: Учебно-практическое пособие. – М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 1999. – 352 с.
232. Сельское хозяйство России. Статистический сборник. / Госкомстат России. – 1996.
233. Сельскохозяйственная кооперация: теория, мировой опыт, проблемы возрождения. 2-е изд., перераб. и доп. / Коллектив авторов; отв. ред. И.Н. Буздалов. – Мн.-М.: «Армита – Маркетинг – Менеджмент», 1998. – 256 с.
234. Сельскохозяйственная кооперация: теория, мировой опыт. Проблемы возрождения в России / Под ред. акад. РАСХН И.И. Буздалова. – М.: Наука, 1997. – 254 с.
235. Сергеева М.Е. Социально-экономическая значимость личного подсобного хозяйства в экономике Брянской области // Вопросы статистики – 2002. - №11. – С. 53.
236. Серков А. Выбор стратегии – необходимость // Экономика сельского хозяйства России. – 2005. - №5. – С. 14.
237. Серков А. Проблемы и перспективы отрасли // Птицеводство. – 2002. - №4. – С. 2-3.
238. Серова Е.В. Экономика. – М.: ГУ ВШЭ, 2006. – 532 с.
239. Серова Е.В. Аграрная экономика. Учебное издание. Государственный университет, Высшая Школа Экономики, 1999. – 480 с.
240. Сигидов Ю.И., Малофеев Т.Е. Организация предпринимательской деятельности в АПК. Часть 1-я. – Краснодар, 1994. – 282 с.
241. Сизенко Е.И. Состояние пищевой и перерабатывающей промышленности и задача комплексной переработки сельскохозяйственного сырья / Система ведения агропромышленного производства (вопросы теории и практики). – М.: Агри Пресс, 1999. – 351 с.
242. Сидоренко В. И др. Совершенствование государственного регулирования АПК России.-// Международный сельскохозяйственный журнал.- 2011.- № 4.- С. 3-7.
243. Скрипов С. Служба маркетинга в хозяйствах // Экономика сельского хозяйства России. – 1994. – № 2.

244. Советский энциклопедический словарь. – М.: Советская энциклопедия, 1980. – 1600с.
245. Созонов А. Птицеводческая промышленность выполнит своё предназначение // Птицеводство. – 1994. - №5. – С. 37-41.
246. Сорокин П.П. Основы сельскохозяйственного маркетинга: Учебное пособие. – М., 1991. – 87 с.
247. Сорокин П.П. Основы маркетинга: Учебное пособие. – М., 2003. – 153 с.
248. Социальное положение и уровень жизни населения Брянской области. Статистический сборник. – Брянск, 2002. – 42 с.
249. Старченко В.М. Производственно-экономические отношения в коллективных формах хозяйствования АПК: Автореф. дис. на соиск. учён. степ. доктора экон. наук. – 08.00.05. – М., 2004. – 41 с.
250. Степанов Ю.М. Экономика и резервы птицеводства – М.: Московский рабочий, 1986. – 165 с.
251. Строев Е.С., Злобин Е.Ф., Михалев А.А. Теория и практика аграрных преобразований в Орловской области. – М.: Агри-Пресс, 1998. – 532с.
252. Сухова Л.Ф., Чернова Н.А. Практикум по разработке бизнес-плана и финансовому анализу предприятия: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 160 с.
253. Счастливецва Л. Проблемы ценообразования в продовольственном подкомплексе АПК // АПК: экономика, управление. – 1994. – № 1. – С. 59-63.
254. Тезиева И.Т. Пути повышения эффективности птицепродуктового подкомплекса в условиях рыночной экономики. Автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Владикавказ, 1997. – 20 с.
255. Технологические основы производства и переработки продукции животноводства: Учебное пособие / Составители: проф. Н.Г. Макарецев, проф. Л.В. Топорова, проф. А.В. Архипов; Под ред. В.И. Фисинина, Н.Г. Макарецва. – М.: Изд-во МГТУ им. Н.Э.Баумана, 2003. – 808с.
256. Тимошенко Н., Слепухин В., Луговский В., Лукашенко В., Стефанова И. Бройлеры для детского питания // Птицеводство. – 2000. - №1. – С. 42-43.
257. Ткач А.В. Сельскохозяйственная кооперация: Учебное пособие. – М.: Издательско-торговая корпорация “Дашков и К”, 2002. – 304 с.
258. Токарев. Методы сбора и использования маркетинговой информации: Учебно-практическое пособие. – М.: Юристъ, 2001. – 256 с.

259. Торговля в Брянской области: Стат. сб. / Облкомстат. – Брянск, 2003. – 206 с.
260. Торигов В.Е., Васильев М.Е., Просянных Е.В., Балясников И.А. Экология и природопользование Брянской области. – Брянск, 1999. – 161 с.
261. Торопов Д.И. Проблемы социального развития села // Вестник кадровой политики, аграрного образования и инноваций. – 2002. - №3 – С. 2-5.
262. Тоффлер Имбер Дж. Словарь маркетинговых терминов. Пер. с англ. – М.: Инфра-М, 2000. – 432 с.
263. Туган-Барановский М.И. Социальные основы кооперации. Изд. 3-е. – М., 1922. – 498 с.
264. Турчак А.А. Интегрированные финансово – промышленные структуры. Производственные объединения, холдинги, финансово – промышленные группы – СПб.: Наука, 1996. – 120 с.
265. Уралов А. Отрасли нужна государственная поддержка // Птицеводство. – 2000. - №3. – С. 2-5.
266. Уралов А. Эффективное развитие отрасли птицеводства // Птицеводство. – 2001. – № 4. – С. 3-4.
267. Ушвицкий М.Л. Развитие интеграционных процессов в аграрном секторе Ставрополья // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2004. - №1 – С. 26-28.
268. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. – М.: Инфра-М, 2000. – 312 с.
269. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг: Учебное пособие. – М.: ЗАО Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2000. – 640 с.
270. Федотов Е.Г. Интеграционные отношения в АПК: Структура и содержание. Структурные преобразования регионального АПК: Экономические проблемы и решения // Сборник материалов. – М., 2002. – 319 с.
271. Фисинин В. Проблемы птицеводства на IX Европейской конференции // Птицеводство. – 1995. – № 2. – С. 28-32.
272. Фисинин В. Ресурсосберегающие технологии и конкурентоспособность отрасли // Птицеводство. – 2002. – №1. – С. 2-5.
273. Фисинин В. Конкурентоспособность отрасли птицеводства // Птицеводство. – 2003. - № 2. – С. 3-5.
274. Фисинин В.И. Развитие бройлерного птицеводства в России // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2004. - №12 – С. 14-17.
275. Фоксол Г., Голдсмит Р., Браун С. Психология потребителя в маркетинге. Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2001. – 352 с.

276. Фомина Е.А. Агропромышленная интеграция как фактор повышения эффективности сельскохозяйственного производства: Автореферат дис. к-та эк. наук: 08.00.05./ ГНУ НИИ экономики и организации АПК ЦЧР Р.Ф. – Воронеж, 2003. – 21 с.

277. Хачатуров Т. О критериях и показателях эффективности общественного производства // Вопросы экономики. – 1980. – № 7. – С. 3-16.

278. Хершген. Маркетинг. Основы профессионального успеха. Пер. с нем. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 334 с.

279. Хицков И. АПК Центрального Черноземья: основные тенденции и перспективы развития сельхозпроизводства // АПК: экономика, управление. – 2005. - №1 – С. 14-21.

280. Хицков И., Митина Н., Фомина Е. Интеграционные связи в агропромышленном производстве // АПК: экономика, управление. – 2003. - № 9. – С. 9-17.

281. Хлусов В.П. Введение в маркетинг. – М.: Приор, 1997. – 160 с.

282. Хлусов В.П. Основы маркетинга. – М.: Приор, 2000. – 160 с.

283. Ховард К., Эриашвили Н.Д. Маркетинг. Принципы и технология маркетинга в свободной рыночной системе. – М.: Юнити, 1999. – 255 с.

284. Ходяченко В.Б. Маркетинг: Учебное пособие для ВУЗов. – СПб.: Изд-во С.-Петербургского университета, 2001. – 264 с.

285. Хопкинс Т. Искусство торговать. Пер. с англ. – М.: Фаир-Пресс, 2000. – 464 с.

286. Хроменкова Т.Л. Установление объема и структуры производства в личных подсобных хозяйствах населения (на материалах Могилевской области). Дисс. на соискание уч. степени канд. экон. наук. – Горки. – 1994. – 168 с.

287. Цилдерманис Х.О. О критериях эффективности промышленного птицеводства // Птицеводство. – 1975. – №11. – С. 8-9.

288. Цыпкин Ю.А., Люкшинов А.Н. Агромаркетинг. – М.: Колос, 1998. – 310 с.

289. Цыпкин Ю.А., Люкшинов А.Н., Эриашвили Н.Д. Агромаркетинг и консалтинг: Учебное пособие. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. – 637 с.

290. Чаянов А.В. Основные идеи и формы организации сельскохозяйственной кооперации. – М.: Наука, 1991. – 395 с.

291. Червен И.И., Червен Э.В. Экономика АПК: вопросы и ответы – Кишинёв: Картя Молдова НЯСКЭ, 1990. – 492 с.

292. Черкасов А.Н. Маркетинг на сельскохозяйственных предприятиях // АПК: достижения науки и техники. – 1995. – № 5.
293. Черчилль Г.А. Маркетинговые исследования. Пер. с англ. – СПб.: ПИТЕР, 2002. – 752 с.
294. Чирков Е., Денин Н. Факторы повышения экономической эффективности птицеводства // АПК: экономика, управление. – 2001. - №2. – С. 30-35.
295. Чирков Е.П. О формировании рыночной инфраструктуры на кооперативной основе // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 1998. - №6 – С. 53-55.
296. Чирков Е.П. О формировании рыночной инфраструктуры на кооперативной основе // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 1998. – № 6. – С. 53-55.
297. Чуприна Н.Н. Повышение эффективности интенсификации птицеводства в России. – М.: ВНИЭСХ, 2002. – 105 с.
298. Чуприна Н., Шкляр М. Интенсивное использование производственных мощностей в птицеводстве // Птицеводство.- 2011.- № 11.- С. 2-4.
299. Чуприна М. Интенсивное развитие птицеводства // Птицеводство. - 2011.- № 8.- С. 2-5.
300. Шарнина Н. Состояние и оценка маркетинговой деятельности сельскохозяйственных предприятий // АПК: экономика, управление. – 2000. – № 5. – С. 69-73.
301. Шахнозарова Л. Продукты из мяса птицы для детского питания // Птицеводство. – 2001. - №4. – С. 42-44.
302. Шетинина И.В. Управление собственностью в интегрированных агропромышленных формированиях. – Новосибирск, 1999. – 159 с.
303. Шкляр М.Ф. Экономика и организация мясного птицеводства. – М.: Агропромиздат, 1989. – 168 с.
304. Шопен Б. Вертикальная интеграция в сельском хозяйстве / Сельское хозяйство – прикладная наука. – Монстер, 1996. – 125 с.
305. Шуклина З.Н. Оптимизация структуры и качества ресурсного потенциала ЛПХ (на примере Брянской области) // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2004. – № 3. – С. 41-43.
306. Эванс Дж, Берман Б. Маркетинг. Пер. с англ. – М.: Сирин, 2001. – 308 с.
307. Экономика предприятия: Учебник / Под ред. О.И. Волкова. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА – М, 2001. – 520 с.

308. Экономика промышленного птицеводства // Под. ред. К.И. Карюкиной – М.: Колос, 1983. – 270с.
309. Экономика сельского хозяйства / В.А. Добрынин, А.В. Беляев, П.П. Дунаев и др. / Под. ред. В.А. Добрынина. 3-е изд. перераб. и доп. – М.: Агропромиздат, 1990. – 475с.
310. Экономическая энциклопедия // Науч.-ред. совет изд-ва “Экономика”; Ин-т экон. РАН: Гл. ред. Л.И.Абалкин. – М.: ОАО “Издательство Экономика”, 1999. – 1055 с.
311. Югай А.М. Экономические отношения и мотивация труда в сельском хозяйстве (теория и практика). – М.: Изд-во МСХА, 2002. – 582 с.
312. Юшкевич О. Единый маркетинговый центр для птицефабрик // Птицеводство. – 1999. – №4. – С. 16-17.
313. Явлонский В.А. Рынок продукции птицеводства // Птицеводство. – 1994. – № 6. – С. 33-35.
314. Яковлева Е., Чернышов А. Региональные модели развития кооперации и интеграции в реформируемом АПК. // АПК: экономика, управление. – 2005. - №5 – С. 39-46.
315. Яппаров Х. Об экономической эффективности птицеводства // Птицеводство. – 1976. – № 7. – С. 32-33.
316. Cooper R., 1999 – Ostrich meat, an important of the ostrich industry: a southern African perspective. /World’s Poultry Science Journal 55 (4), 389-402.
317. Dunn N., 1994 – Ostriches in Europe as important as turkeys? /Worlds Poultry 10 (8), 20.
318. Maclean N., 1996 – I’ll have the ostrich, please. /High life 32-10.
319. Marracott D.K., 1996 – The world ostrich market. Proceedings of the World Ostrich Congress. /Hengelo, The Netherlands. November 14-16, p. 98-122.
320. Perelman B., Gur-Lavie A., Samberg Y. 1988 – Pox in ostriches. Avian Pathology 17, 735-739.
321. Poultry International, 1998, t. 37, № 9.
322. Richard L. Kohls, Joseph N. Uhl. Marketing of agricultural products. - Prentice Hall Inc., a Simon & Schuster Company, 1997.
323. Rosenfeld M.J., 1998 – An analysis of American meat consumption. /The Ostrich News (USA) 11 (115), 19.
324. Sales J., 1995 – Nutritional quality of meat from some alternative species. / World review of Animal production 30, 1-2.
325. Sales J., 1997 – Ostrich feathers. Selecciones Avicolas XIX (6), 359-362/

ПРИЛОЖЕНИЯ

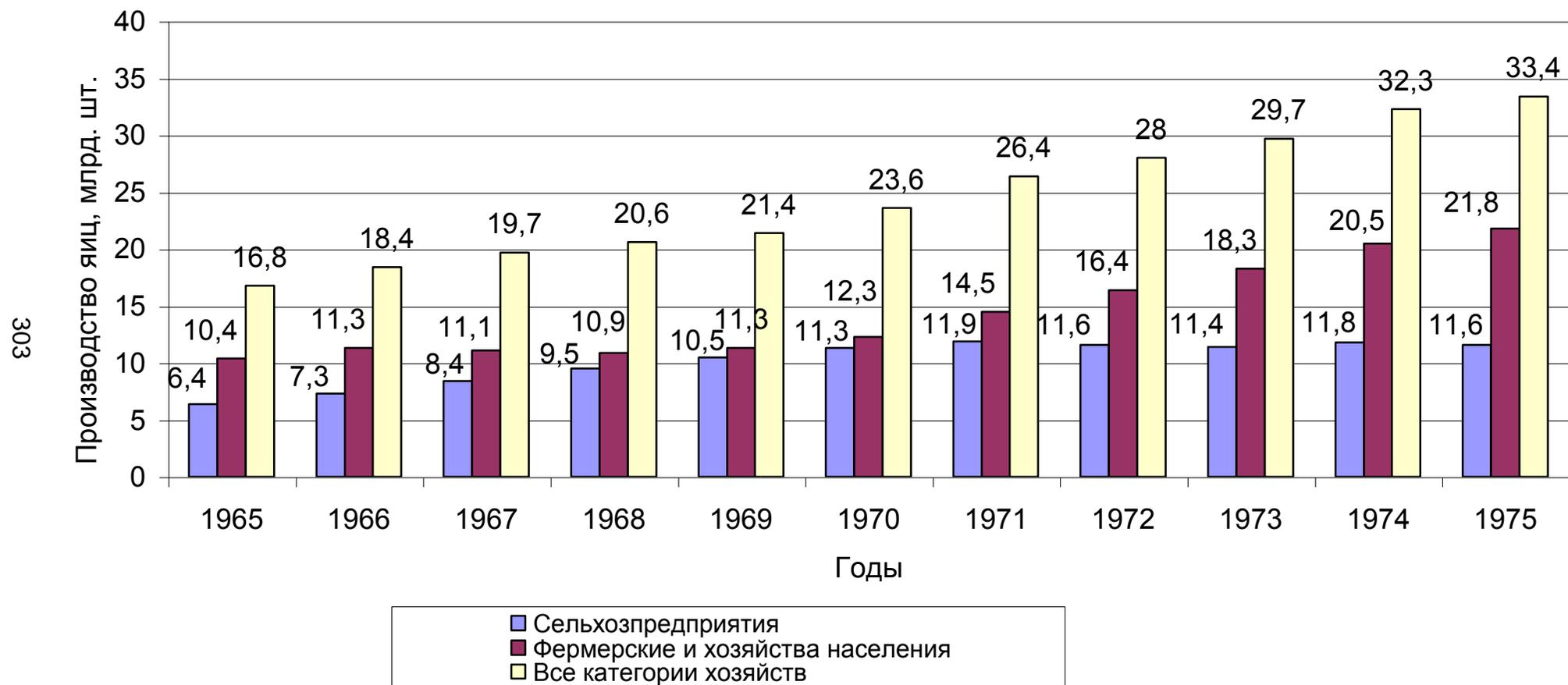


Рис. 1. Производство яиц в Российской Федерации, млрд. шт.

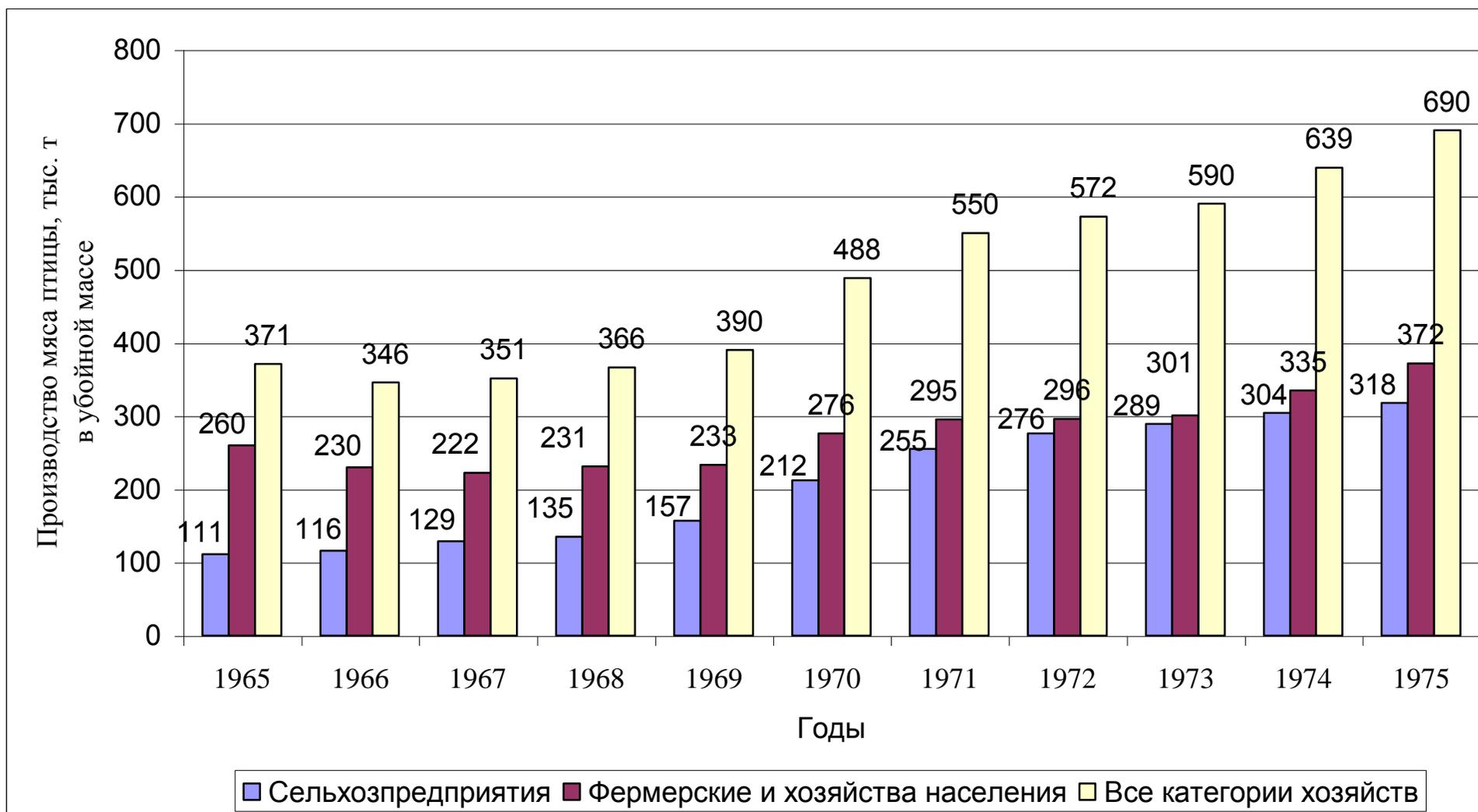


Рис. 2. Производство мяса птицы в Российской Федерации, тыс. т в убойной массе

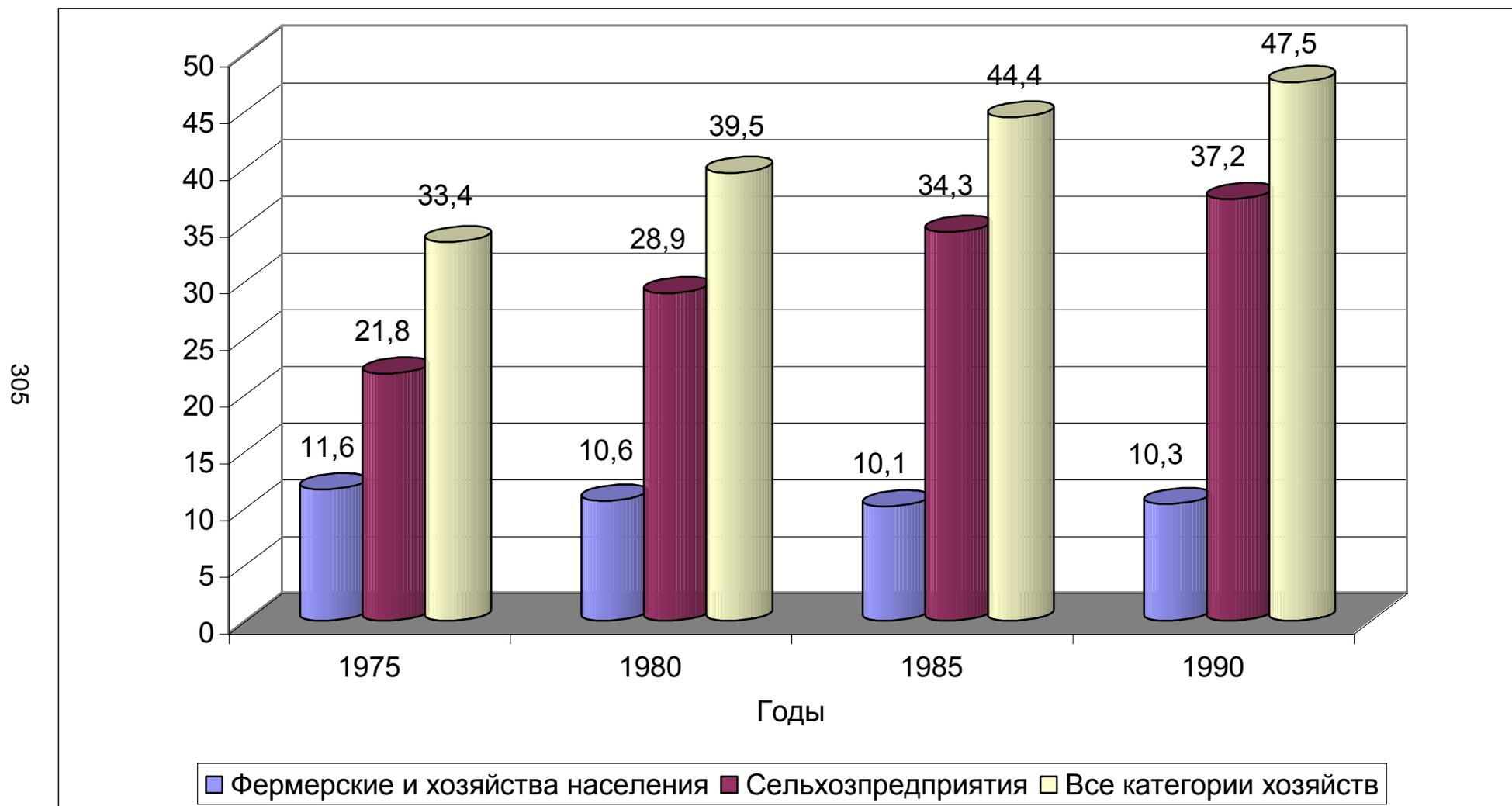


Рис. 3. Производство яиц в Российской Федерации, млрд. шт.

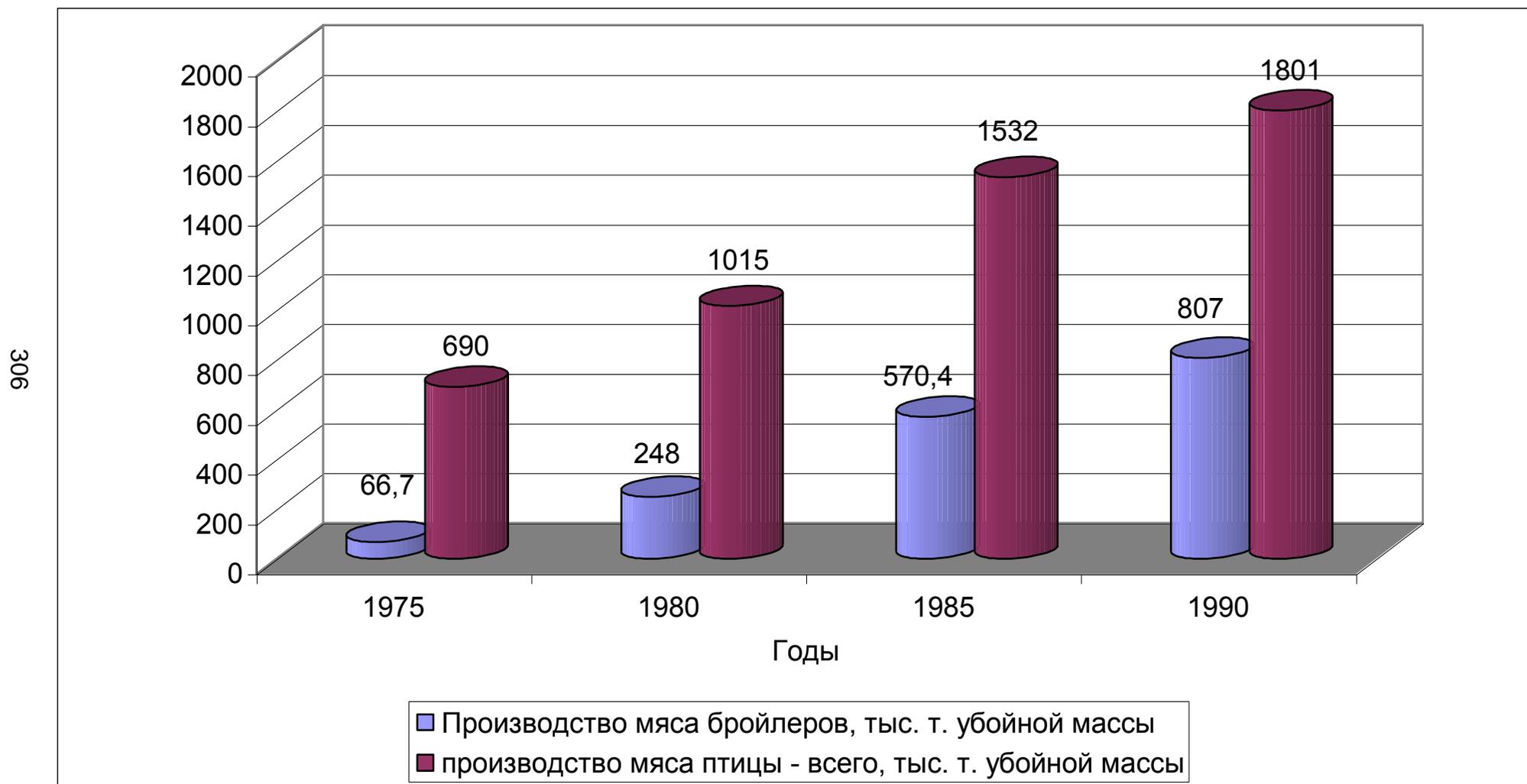


Рис. 4. Производство мяса птицы в Российской Федерации, тыс. т в убойной массе

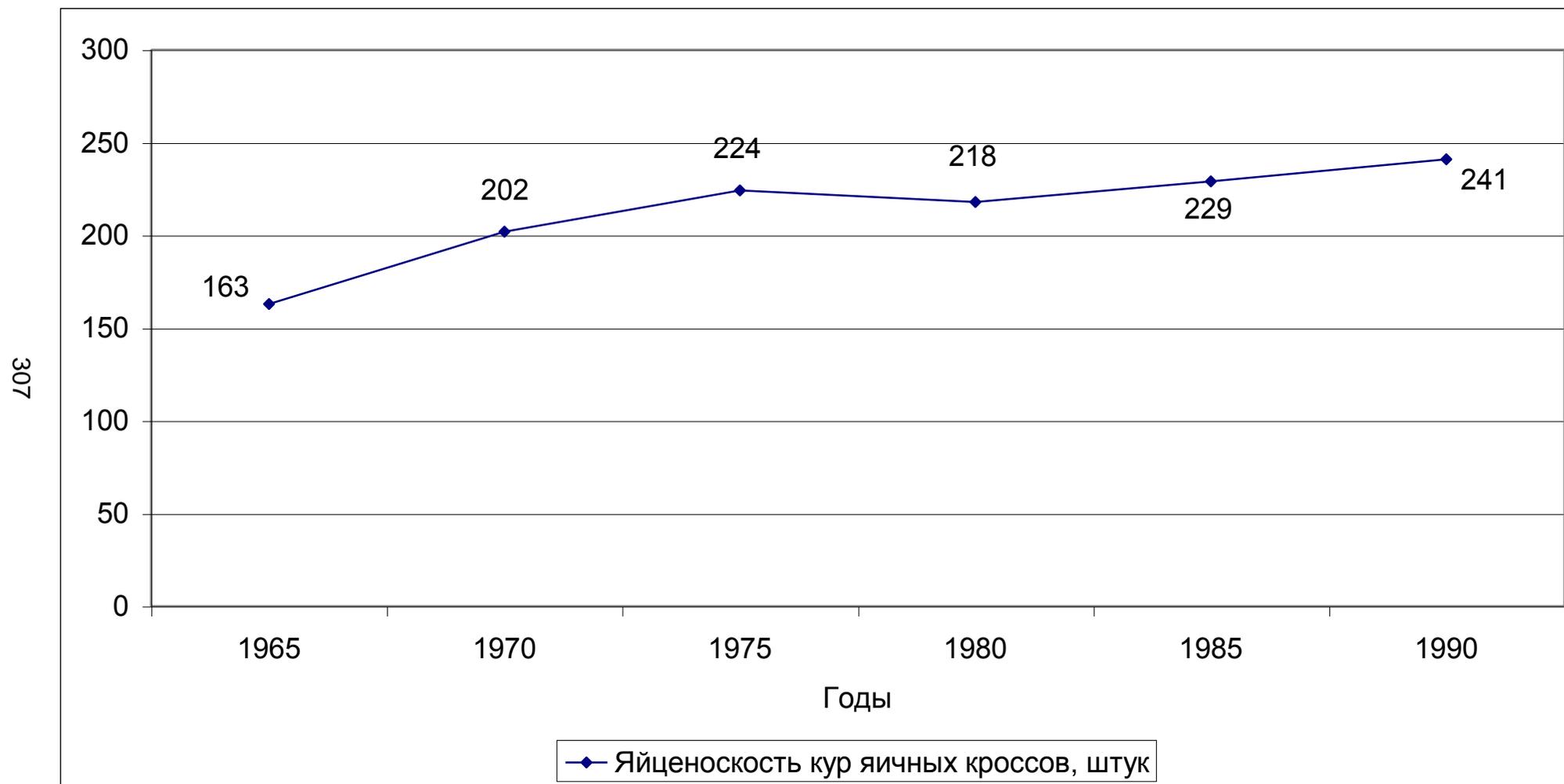


Рис. 5. Яйценоскость кур яичных кроссов в Российской Федерации, шт.



Рис. 6. Среднесуточный прирост живой массы бройлеров в Российской Федерации, г

Приложение 7

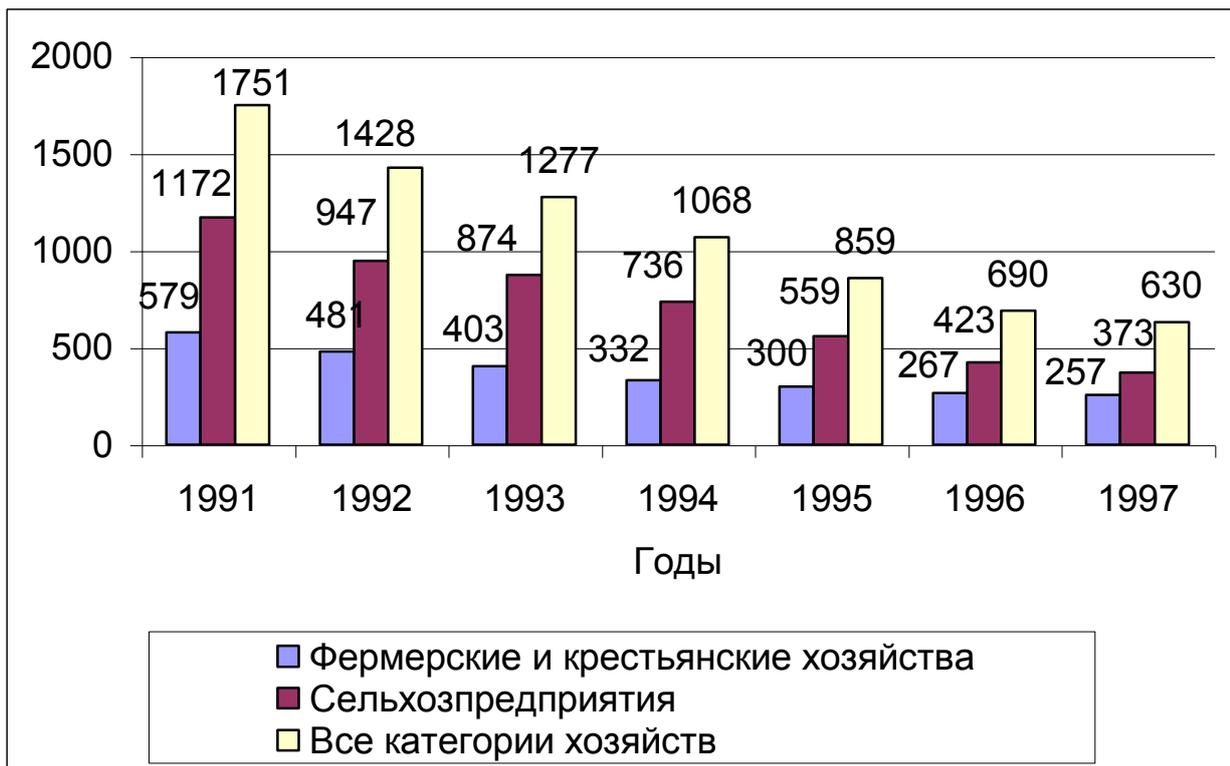


Рис. 7. Производство мяса в Российской Федерации, тыс. т в убойной массе

Приложение 8

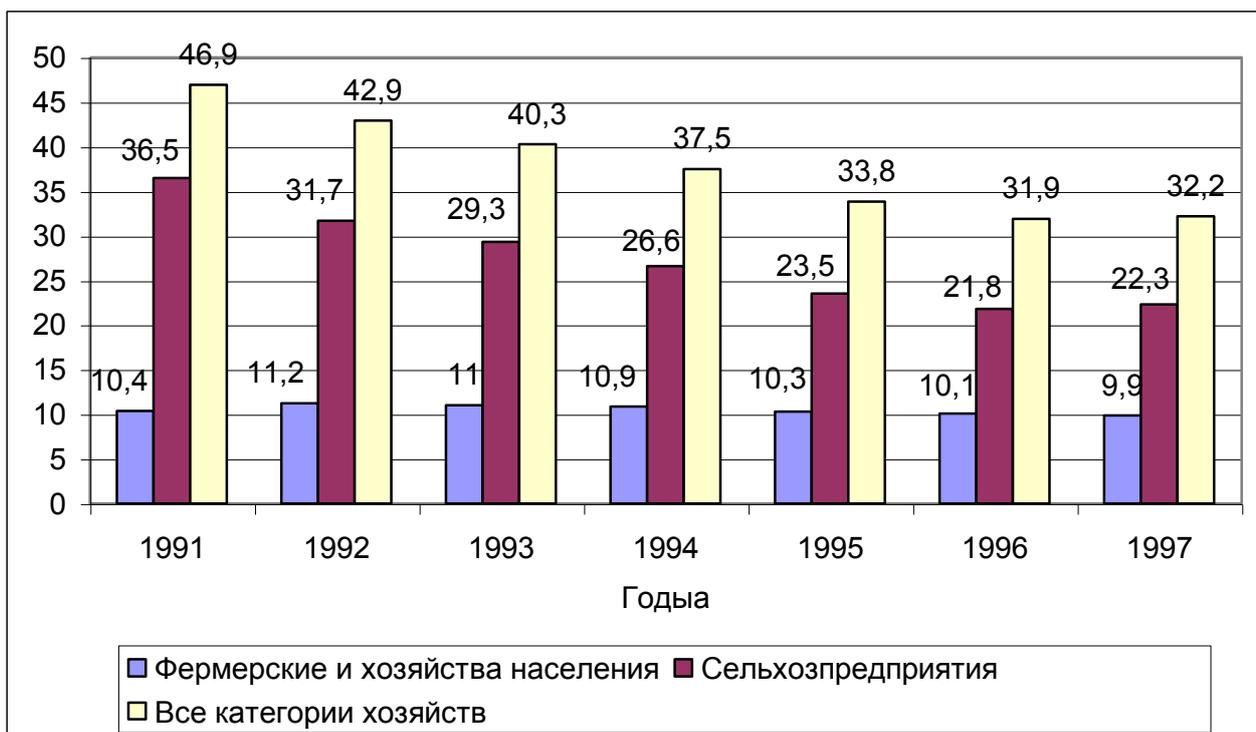


Рис. 8. Производство яиц в Российской Федерации, млрд. шт.

Приложение 9

Ресурсы мяса птицы в 1990-1997 гг. (тыс. т. в убойной массе)

Годы	Отечественное производство	Импортные поставки	Общий объем ресурсов	Удельный вес импорта, %	Ресурсы мяса птицы на душу населения, кг	
					всего	в том числе отечественного
1990	1801	44,1	1845,1	2,4	12,4	12
1991	1751	45,6	1796,6	2,5	12,1	11,8
1992	1428	45,7	1473,7	3,1	9,9	9,6
1993	1277	73,9	1350,9	5,5	9,1	8,6
1994	1068	500,6	1568,6	31,9	10,6	7,2
1995	859	825,4	1684,4	49	11,4	5,8
1996	690	754,3	1444,3	52	9,8	4,7
1997	630	1146,6	1776,6	64,5	13,0	4,3

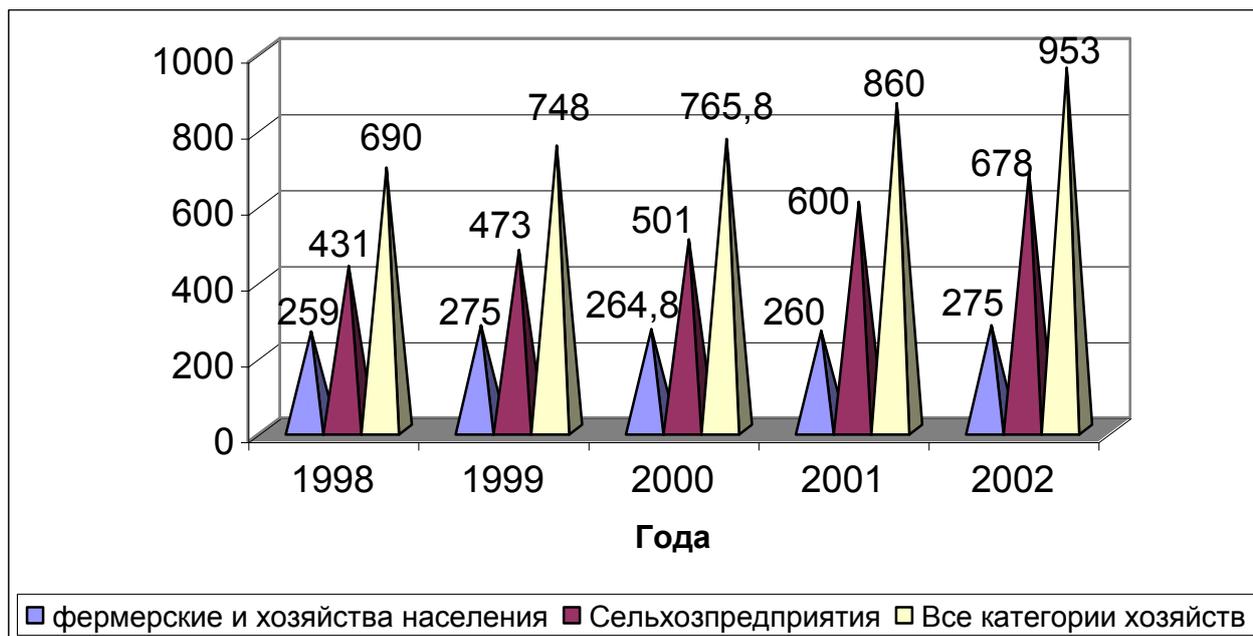


Рис. 9. Производство мяса птицы в Российской Федерации в 1998-2002 гг., тыс. т в убойной массе

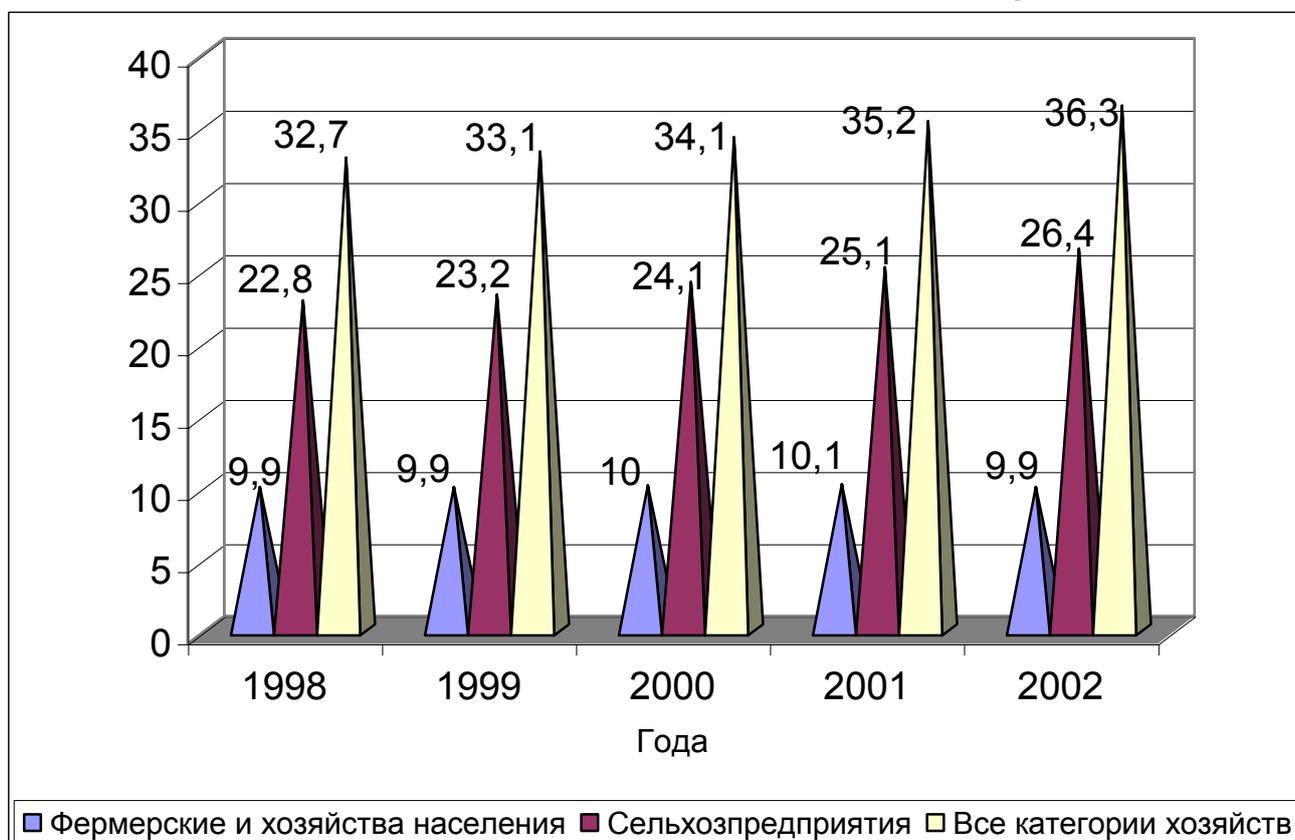


Рис. 10. Производство яиц в Российской Федерации в 1998-2002 гг., млрд. шт.

Приложение 12

**Количество и формы интегрированных формирований в АПК
по регионам Российской Федерации на 01.01.03.**

Регионы	Число ИФ	Число ИФ по ОФ	Площадь сельскохозяйственных угодий	
			га	% в общей площади
Центральный Федеральный округ				
Белгородская обл.	24	-	1013	51,8
Брянская область	14	Агрофирмы-4	47442	2,6
Воронежская область	62	-	316826	7,9
Ивановская обл.	16	Ассоциации-3	30118	3,9
Липецкая обл.	18	Агрокомбинат-1	166247	8,9
Орловская обл.	54	Агрофирмы-51 Холдинги-3	973076	48,9
Смоленская обл.	1	Холдинг-1	36420	2,0
Тамбовская обл.	8	-	84197	3,2
Тульская обл.	5	Холдинг-1		
Ярославская обл.	1	Агрофирмы-4 АПФГ-1	72726 20580	4,0 2,0
Северо-западный Федеральный округ				
Ленинградская обл.	2	Холдинг-1	20602	3,0
Новгородская обл.	1	Концерн-1	17391	2,7
Южный Федеральный округ				
Республика Дагестан	4	Концерн-1 Агрофирмы-3	22740	0,07
Кабардино-Балкарская Республика	1	-	-	-
Республика Северная Осетия-Алания	4	Агрофирмы-3 Агрокомбинат-1	12471	3,6
Ставропольский край	29	-	294532	5,5
Приволжский Федеральный округ				
Республика Марий-Эл	4	-	44570	5,8
Республика Мордовия	5	Агрофирмы-5	63115	3,9
Республика Татарстан	4	Агрофирмы-4	33138	0,7
Чувашская Республика	4	Агрофирмы-3	9377	1,0
Кировская обл.	18	Агрофирмы-14 Агрокомбинат-1		
Нижегородская обл.	1	Агропромобъединение-3 Агрофирма-1	169079 45599	6,0 1,6
Самарская обл.	4	Союз-1 Агрофирмы-2	18116	4,6
Пензенская обл.	6	Холдинг-1 Агропромобъединение-1 Агрофирма-1	75800	2,5
Уральский Федеральный округ				
Курганская обл.	5	-	131252	3,4
Тюменская обл.	1	Агрофирма-1	10037	0,03
Ханты-Мансийский А.О.	1	Агропромобъединение-1	13973	4,8
Сибирский Федеральный округ				
Иркутская обл.	8	-	76350	3,2
ИТОГО	305	-	2968774	-

Реализация яиц в Брянской области в 2003 г.

	Результаты от реализации						Рентабельность, убыточность(-), %	Рентабельность, убыточность (-) с учетом субсидий, %
	Количество продукции, тыс. шт.	Полная себестоимость проданной продукции, тыс. руб.	Выручено, тыс. руб.	Прибыль, убыток (-) от реализации, тыс. руб.	Себестоимость реализованной продукции, руб. за 1000 шт.	Средняя цена реализации, руб. за 1000 шт.		
Брянская область	332609	332821	395080	62259	1001	1188	18,7	18,7
Брянский район	162715	163772	194453	30681	1007	1195	18,7	18,7
Дубровский район	1713	1675	2204	529	978	1287	31,6	31,6
Дятьковский район	147392	147392	175219	27827	1000	1189	18,9	18,9
Жуковский район	18474	16996	20302	3306	920	1099	19,5	19,5
Карачевский район	162	531	235	-296	3278	1451	-55,7	-55,7
Почепский район	2153	2455	2667	212	1140	1239	8,6	8,6

Реализация птицы в Брянской области в 2003 г. (в живой массе) *)

	Результаты от реализации						Рентабельность, убыточность(-), %	Рентабельность, убыточность (-) с учетом субсидий, %
	Количество продукции, ц	Полная себестоимость проданной продукции, тыс. руб.	Выручено, тыс. руб.	Прибыль, убыток (-) от реализации, тыс. руб.	Себестоимость реализованной продукции, руб. за 1 ц	Средняя цена реализации, руб. за 1ц		
Брянская область	30333	100673	78505	-22158	3319	2588	-22,0	-19,1
Брянский район	22479	64953	62784	-2169	2890	2793	-3,3	-3,3
Дубровский район	76	486	149	-337	6395	1961	-69,3	-69,3
Дятьковский район	6484	30111	12776	-17335	4644	1970	-57,6	-48,1
Жуковский район	1068	4036	2164	-1872	3779	2026	-46,4	-43,8
Карачевский район	83	453	366	-87	5458	4410	-19,2	-19,2
Почепский район	143	634	266	-368	4434	1860	-58,0	-58,0

314

*) Включая продукцию переработки.

Приложение 15

**Производственно – экономические показатели
ООО “Птицефабрика Снежка” Брянского района**

Показатели	Годы								
	1970	1975	1980	1985	1990	1995	2000	2002	2003
Общая земельная площадь, га	381	387	3388	3387	3374	7763	13325	14614	14614
в том числе пашня	252	214	2372	2267	2279	5740	8715	9817	9617
Площадь зерновых культур, га	113	64	1270	1300	1150	4900	5230	5400	4239
Численность работающих, чел.	153	254	788	835	848	1616	1853	1891	1976
Валовое производство зерна, т	385	123	730	1801	3473	9308	10185	10914	6435
Среднегодовое поголовье птицы, тыс. гол.	85	256	740	790	863	911	1098	1135	1140
Валовое производство яиц, млн. шт.	4,8	17,0	62,0	73,1	104,0	105,1	144,9	152,4	168,4
Валовое производство мяса птицы, т	92	270	1074	1336	2266	2429	2608	2472	2340
Среднесуточный прирост живой массы птицы, всего г	8,3	7,0	6,8	8,5	14,6	14,8	14,3	17,2	17,4
в том числе бройлеров	-	-	-	-	20,3	22,4	31,3	34,3	34,8
Яйценоскость 1 курицы-несушки, шт.	180	206	222	230	259	275	292	294	296
Поголовье, гол. крупного рогатого скота	-	-	651	705	940	3201	4444	4340	4344
коров	-	-	200	210	260	850	1300	1300	1300
Валовое производство молока, т	-	-	545	850	1274	3813	5877	6389	6788
Надой от фуражной коровы, кг	-	-	2729	4091	4898	4486	4521	4915	5221
Рентабельность предприятия, %	39,7	16,3	30,5	28,9	34,9	54,2	8,0	14,5	2,8

Исходные данные и расчетные показатели оптимизации производственно-отраслевой структуры ООО "Птицефабрика Снежжа"

	Расчетные значения	Коровы	Молодняк КРС Молотино	Молодняк КРС Новоселки	Молодняк КРС Бетово	Молодняк КРС Госома	Свиньи	Куры-Снежжа	Куры-Навля	Куры-Молотино
		1300	650	1080	975	350	2300	485	60	4,7
1 Производство молока	67873	52,21								
2 Поголовье коров, гол.	1300	1								
3 Производство мяса КРС, ц.	4459,1		1,83	1,37	1,38	1,27				
4 Производство свинины, ц.	2116						0,92			
5 Поголовье молодняка КРС в Молотино, гол.	650		1							
6 Поголовье молодняка КРС в Новоселках, гол.	1080			1						
7 Поголовье молодняка КРС в Бетово, гол.	975				1					
8 Поголовье молодняка КРС в Госоме, гол.	349,999999					1				
9 Производство яиц, тыс. шт.	193286,05							347,25	294,94	264,4
10 Поголовье кур на Снежжа, тыс. гол.	485							1		
11 Поголовье кур в Навле, тыс. гол.	60								1	
12 Поголовье кур в Молотино, тыс. гол.	4,7									1
13 Поголовье кур в Новоселках, тыс. гол.	20,2									
14 Производство мяса птицы, т.	2535,186									
15 Поголовье бройлеров на Снежжа, тыс. гол.	12									
16 Поголовье бройлеров в Молотино, тыс. гол.	95									
17 Потребность в к. ед., ц. к. ед.	511436,5	47,5	14,1	16,4	20,3	16,5	7	540	470	660
18. Потребность в концентратах, ц.	420406	10,45	3,53	4,1	5,08	4,13	5,46	540	470	660
19. Потребность в грубых кормах, ц. к. ед.	26706	10,45	3,53	4,1	5,08	4,13				
20. Потребность в сочных кормах, ц. к. ед.	28314,9	12,35	2,82	3,28	4,06	3,3	0,77			
21. Потребность в зеленых кормах, ц. к. ед.	32451	14,25	3,53	4,1	5,08	4,13	0,35			
22 Площадь посевов, га.	9289									
23. Площадь кормовых культур, га.	4470									
24. Производство зерна, ц.	73000,62									
25. Производство зеленой массы для силосования, ц.	172449									
26. Производство кормовых корнеплодов, ц.	56579,9									
27. Потребность в переваримом протеине, ц.	57224,75	5,23	1,55	1,8	2,23	1,82	0,77	60	50	70
28. Производственные затраты растениеводства, руб.	35752287									
29. Производственные затраты животноводства, руб.	290009736	17436,6	7859,78	5959,47	5957,76	6874,02	2894,15	315570	301100	432900
30. Производственные затраты птицеводства, руб.	240925842							315570	301100	432900
31. Валовая продукция животноводства в тек. ценах, руб.	350606759	28791,2	5292,27	3961,97	3990,89	3672,78	3545,86	414980	352470	315970
32. Валовая продукция птицеводства в тек. ценах, руб.	292127227							414980	352470	315970
33. Чистый доход животноводства, руб.	60597023,3	11354,6	-2567,51	-1997,5	-1966,87	-3201,24	651,71	99410	51370	-116930
34. Чистый доход птицеводства, руб.	51201385							99410	51370	-116930

Microsoft Excel 10.0 Отчет по результатам
 Рабочий лист: [Птицеводство-Снежка.xls]Лист1
 Отчет создан: 01.12.2004 21:26:50

Целевая ячейка (Максимум)

Ячейка	Имя	Исходное значение	Результат
\$B\$35	33. Чистый доход животноводства, руб.	60597023,25	60597023,25

Изменяемые ячейки

Ячейка	Имя	Исходное значение	Результат
\$C\$2	Коровы	1300	1300
\$D\$2	Молодняк КРС Молотино	650	650
\$E\$2	Молодняк КРС Новоселки	1080	1080
\$F\$2	Молодняк КРС Бетово	975	975
\$G\$2	Молодняк КРС Госома	349,9999	349,999999
\$H\$2	Свиньи	2300	2300
\$I\$2	Куры-Снежка	485	485
\$J\$2	Куры-Навля	60	60
\$K\$2	Куры-Молотино	4,7	4,7
\$L\$2	Куры-Новоселки	20,2	20,2
\$M\$2	Бройлеры-Снежка	12	12
\$N\$2	Бройлеры-Молотино	95	95
\$O\$2	Молодняк птицы-Снежка	514,1	514,1
\$P\$2	Молодняк птицы-Новоселки	30	30
\$Q\$2	Посевы зерновых	4809	4809
\$R\$2	Посадки картофеля	10	10
\$S\$2	Посевы кормовых корнеплодов	130	130
\$T\$2	Посевы многолетних трав	2100	2100
\$U\$2	Посевы однолетних трав	850	850
\$V\$2	Посевы кукурузы на силос	340	340
\$W\$2	Посевы силосных культур	1050	1050

Ограничения

Ячейка	Имя	Значение	Формула	Статус	Разница
\$B\$18	16 поголовье бройлеров в Молотино, тыс. гол.	95	\$B\$18<=\$Y\$18	связанное	0
\$B\$4	2 поголовье коров, гол.	1300	\$B\$4>=\$X\$4	связанное	0
\$B\$5	3 Производство мяса КРС, ц.	4459,0999	\$B\$5>=\$X\$5	не связан.	189,0999
\$B\$6	4 Производство свинины, ц.	2116	\$B\$6>=\$X\$6	не связан.	86
\$B\$7	5 поголовье молодняка КРС в Молотино, гол.	650	\$B\$7>=\$X\$7	связанное	0
\$B\$8	6 поголовье молодняка КРС в Новоселках, гол.	1080	\$B\$8>=\$X\$8	не связан.	30
\$B\$8	6 поголовье молодняка КРС в Новоселках, гол.	1080	\$B\$8<=\$Y\$8	не связан.	20
\$B\$9	7 поголовье молодняка КРС в Бетово, гол.	975	\$B\$9>=\$X\$9	не связан.	25
\$B\$9	7 поголовье молодняка КРС в Бетово, гол.	975	\$B\$9<=\$Y\$9	не связан.	25

Продолжение приложения 17

\$B\$9	7 Поголовье молодняка КРС в Бетово, гол.	975	\$B\$9<=\$Y\$9	не связан.	25
\$B\$10	8 Поголовье молодняка КРС в Госоме, гол.	349,99999	\$B\$10=\$X\$10	не связан.	0
\$B\$11	9 Производство яиц, тыс. шт.	193286,05	\$B\$11>=\$X\$11	не связан.	24886,05
\$B\$12	10 Поголовье кур на Снежке, тыс. гол.	485	\$B\$12>=\$X\$12	не связан.	27,4
\$B\$12	10 Поголовье кур на Снежке, тыс. гол.	485	\$B\$12<=\$Y\$12	связанное	0
\$B\$13	11 Поголовье кур в Навле, тыс. гол.	60	\$B\$13>=\$X\$13	не связан.	10
\$B\$13	11 Поголовье кур в Навле, тыс. гол.	60	\$B\$13<=\$Y\$13	связанное	0
\$B\$14	12 Поголовье кур в Молотино, тыс. гол.	4,7	\$B\$14>=\$X\$14	связанное	0
\$B\$14	12 Поголовье кур в Молотино, тыс. гол.	4,7	\$B\$14<=\$Y\$14	не связан.	1,7
\$B\$15	13 Поголовье кур в Новоселках, тыс. гол.	20,2	\$B\$15>=\$X\$15	связанное	0
\$B\$15	13 Поголовье кур в Новоселках, тыс. гол.	20,2	\$B\$15<=\$Y\$15	не связан.	29,8
\$B\$16	14 Производство мяса птицы, т.	2535,186	\$B\$16>=\$X\$16	не связан.	285,186
\$B\$17	15 Поголовье бройлеров на Снежке, тыс. гол.	12	\$B\$17>=\$X\$17	не связан.	7,3
\$B\$17	15 Поголовье бройлеров на Снежке, тыс. гол.	12	\$B\$17<=\$Y\$17	связанное	0
\$B\$18	16 Поголовье бройлеров в Молотино, тыс. гол.	95	\$B\$18>=\$X\$18	не связан.	8,5
\$B\$3	1 Производство молока	67873	\$B\$3>=\$X\$3	не связан.	3
\$B\$4	2 Поголовье коров, гол.	1300	\$B\$4<=1300	связанное	0
\$B\$25	23. Площадь кормовых культур, га.	4470	\$B\$25>=3366	не связан.	1104
\$B\$24	22 Площадь посевов, га.	9289	\$B\$24>=\$X\$24	не связан.	574
\$B\$24	22 Площадь посевов, га.	9289	\$B\$24<=\$Y\$24	не связан.	328
\$B\$25	23. Площадь кормовых культур, га.	4470	\$B\$25>=\$X\$25	не связан.	1104
\$B\$25	23. Площадь кормовых культур, га.	4470	\$B\$25<=\$Y\$25	не связан.	339
\$B\$30	28. Производственные затраты растениеводства, руб.	35752287	\$B\$30<=37000000	не связан.	1247713
\$T\$2	Посевы многолетних трав	2100	\$T\$2<=2100	связанное	0
\$P\$2	Молодняк птицы-Новоселки	30	\$P\$2<=30	связанное	0
\$F\$2	Молодняк КРС Бетово	975	\$F\$2>=975	связанное	0
\$O\$2	Молодняк птицы-Снежка	514,1	\$O\$2>=514.1	связанное	0
\$O\$2	Молодняк птицы-Снежка	514,1	\$O\$2<=560	не связан.	45,9
\$U\$2	Посевы однолетних трав	850	\$U\$2<=850	связанное	0
\$H\$2	Свиньи	2300	\$H\$2<=2300	связанное	0
\$E\$2	Молодняк КРС Новоселки	1080	\$E\$2>=1080	связанное	0
\$W\$2	Посевы силосных культур	1050	\$W\$2>=1050	связанное	0
\$V\$2	Посевы кукурузы на силос	340	\$V\$2>=340	связанное	0
\$Q\$2	Посевы зерновых	4809	\$Q\$2<=4809	связанное	0

АНКЕТА
владельца ЛПХ, занимающегося приусадебным
птицеводством

Уважаемые владельцы личных подсобных хозяйств!

В настоящее время особенно остро стоит проблема сбора статистической информации, касающегося современного состояния и перспектив развития отрасли птицеводство в личных подсобных хозяйствах населения. Эта информация необходима для разработки целевых государственных программ поддержки хозяйств населения, разработки прогнозов развития этой отрасли в ЛПХ населения, оказания владельцам ЛПХ консультационных услуг. Анкета анонимна.

1. Какие виды птицы вы содержите?
 - 1.1. Кур
 - 1.2. Гусей
 - 1.3. Уток
 - 1.4. Иное (указать)
2. Количество птицы, содержащейся в вашем хозяйстве, голов?
 - 2.1. кур
 - 2.2. гусей
 - 2.3. уток
 - 2.4. иное (указать)
3. Готовы ли вы увеличить поголовье птицы?
 - 3.1. да
 - 3.2. нет
4. На сколько голов вы хотите увеличить поголовье птицы?
 - 4.1. кур
 - 4.2. гусей
 - 4.3. уток
 - 4.4. иное (указать)

5. Какое количество птицы ежегодно подлежит забою в вашем хозяйстве?
 - 5.1. кур
 - 5.2. гусей
 - 5.3. уток
 - 5.4. индеек
 - 5.5. другое
6. Какой средний вес птицы при забое в вашем хозяйстве?
 - 6.1. кур
 - 6.2. гусей
 - 6.3. уток
 - 6.4. индеек
7. Какова средняя яйценоскость кур в вашем хозяйстве?
8. Реализуете ли вы продукцию птицеводства?
9. Средние объемы реализации:
 - 9.1. яиц, шт.
 - 9.2. мяса птицы, кг _____, в том числе
 - 9.3. мяса кур, кг
 - 9.4. мяса гусей, кг
 - 9.5. мяса уток, кг
 - 9.6. иное
10. Объемы безвозмездной передачи родственникам продукции птицеводства:
 - 10.1. яиц, шт.
 - 10.2. мяса птицы, кг
11. Продукция птицеводства является для вас:
 - 11.1. основным источником получения продуктов животного происхождения
 - 11.2. основным источником доходов
 - 11.3. дополнительным источником доходов
 - 11.4. дополнительным источником продовольствия.
12. Размер вашего приусадебного участка:
 - 12.1. от 0.10 до 0,25 га
 - 12.2. от 0,25 до 0,50 га
 - 12.3. от 0.50 до 0,75 га
 - 12.4. от 0,75 до 1,0 га
 - 12.5. свыше 1,0 га

Спасибо !

ОПРОСНЫЙ ЛИСТ

по изучения мнения владельцев личных подсобных хозяйств, содержащих птицу, об основных направлениях работы информационно-консультационного пункта.

Уважаемые владельцы личных подсобных хозяйств!

В настоящее время в Брянской области функционирует областная информационно-консультационная служба (ИКС). Для ее эффективной деятельности проводятся исследования с целью оказания практической помощи в разработке плана консалтинговых услуг, оказываемых населению.

Уже имеющийся опыт функционирования ИКС в ряде регионов России показал, что эффективность сельскохозяйственного производства после оказания сельским производителям консалтинговых услуг в них увеличилась. Ваше участие в изучении данного вопроса будет способствовать оказанию вам консалтинговых услуг по интересующим вас проблемам и в конечном счете росту эффективности производства продукции птицеводства в ваших хозяйствах и росту вашего благосостояния.

Перечень вопросов	респондент №				
Основные источники получения информации по эффективному ведению приусадебного птицеводства: средства массовой информации (телевидение, радио и т.д.)					
специальные журналы					
газеты					
другие печатные издания в т.ч. учебники, брошюры и т.д.					
Информацию также получаем: от специалистов с.-х. предприятий от преподавателей Брянской ГСХА из рекламных объявлений					
используем информацию из других источников (указать каких)					
Эффективно ли используется ли в Вашем хозяйстве полученная информация:					
-Да					
-Нет					
Не всегда эффективно					
Затрудняемся ответить					
Расходуете ли Вы финансовые ресурсы для получения необходимой информации:					
-нет					
-если "да", то в каких размерах (указать)					

Агрономия					
• Особенности обработки почвы для возделывания кормовых культур для птицы					
• Рациональное применение системы удобрений в ЛПХ					
• Определение потребности в удобрениях и ядохимикатах для различных зерновых культур					
• Меры борьбы с сорняками, вредителями и болезнями кормовых культур (с применением химических препаратов, биологические методы, старые народные методы)					
• Первая помощь при отравлении ядохимикатами					
• Технологии возделывания лекарственных трав и особенности их применения в птицеводстве в условиях ЛПХ					
• Технология возделывания зерновых культур					
• Технологии возделывания кормовых корнеплодов					
• Особенности зеленого конвейера в ЛПХ					
• Технология и особенности заготовки сенажа и силоса в условиях ЛПХ					
• Безотходные технологии в ЛПХ					
• Технология хранения сельскохозяйственной продукции в ЛПХ (включая кормовые культуры)					
• Расчет потребности в кормах для птицы в ЛПХ					
• Расчет потребности в семенах и посадочном материале для ЛПХ					
• Расчет потребности в пашне и с.-х. угодьях для развития птицеводства в ЛПХ					
• Особенности производства кормов, в районах, подвергшихся радиационному поражению					
• Приемы уменьшения количества нитратов и нитритов, тяжелых металлов в кормах для птицы в условиях ЛПХ					
Зоотехния					
• Особенности ведения приусадебного птицеводства					
• Лучшие отечественные и зарубежные породы птицы для разведения в ЛПХ					

<ul style="list-style-type: none"> • Оценка питательности кормов и составление кормовых рационов для птицы в ЛПХ, составление баланса кормов 					
<ul style="list-style-type: none"> • Технология производства экологически чистой продукции в условиях ЛПХ 					
<ul style="list-style-type: none"> • Выращивание редких пород птицы для дальнейшей реализации 					
<ul style="list-style-type: none"> • Особенности инкубирования сельскохозяйственной птицы в ЛПХ 					
<ul style="list-style-type: none"> • Породное скрещивание и селекция в ЛПХ 					
Ветеринария					
<ul style="list-style-type: none"> • Санитарно-гигиенические условия содержания птицы в ЛПХ 					
<ul style="list-style-type: none"> • Ветеринарно-профилактические мероприятия в ЛПХ 					
<ul style="list-style-type: none"> • Лекарственные препараты для лечения и профилактики заболеваний птицы в ЛПХ 					
<ul style="list-style-type: none"> • Применение лекарственных растений для лечения и профилактики заболеваний птицы в ЛПХ 					
<ul style="list-style-type: none"> • Основные признаки различных заболеваний птицы 					
<ul style="list-style-type: none"> • Первая помощь птице при различных заболеваниях 					
<ul style="list-style-type: none"> • Методика определения пола у молодняка птицы 					
<ul style="list-style-type: none"> • Расчет предотвращенного экономического ущерба в ЛПХ в результате профилактики и ликвидации болезней птицы 					
<ul style="list-style-type: none"> • Подготовка птицы к забою 					
<ul style="list-style-type: none"> • Правильный с санитарной точки зрения забой птицы 					
<u>Инженерная служба, строительное дело</u>					
<ul style="list-style-type: none"> • Средства малой механизации для использования в ЛПХ, содержащих птицу (мини-тракторы, культиваторы и т.д.) 					
<ul style="list-style-type: none"> • Оборудование для малой переработки с.-х. продукции в условиях ЛПХ (автоклавы, коптильни и т.д.) 					
<ul style="list-style-type: none"> • Знакомство с работой оборудования, способы устранения неисправностей 					
<ul style="list-style-type: none"> • Изготовление приспособлений для переработки сельскохозяйственной продукции в домашних условиях: изготовление коптилен, крупорешек, дробилок для зерна, прессов, автоклавов и т.д. 					

<ul style="list-style-type: none"> • Приемы нахождения подземных вод на территории приусадебного хозяйства (позохосто) 					
Строительство и обустройство птичников					
<ul style="list-style-type: none"> • Монтаж отопления, водопровода и т.д. своими силами 					
<ul style="list-style-type: none"> • Строительство простейших хранилищ для кормов 					
<ul style="list-style-type: none"> • Строительство подвалов, ледников и т.д. в ЛПХ 					
<ul style="list-style-type: none"> • Ремонт технических средств в ЛПХ 					
<ul style="list-style-type: none"> • Изготовление тары для хранения с.-х. продукции в ЛПХ (ящиков, корзин, бочек и т.п.) 					
Экологические вопросы					
<ul style="list-style-type: none"> • Особенности ведения ЛПХ граждан в районах, подвергшихся радиационному поражению в результате аварии на Чернобыльской АЭС 					
<ul style="list-style-type: none"> • Особенности переработки с.-х. продукции в районах, подвергшихся радиационному поражению 					
<ul style="list-style-type: none"> • Получение экологически чистой продукции, как залог ее конкурентоспособности 					
<ul style="list-style-type: none"> • Расчет экономического ущерба от невозможности использования безотходных технологий в районах, подвергшихся радиационному поражению 					
Экономические вопросы					
<ul style="list-style-type: none"> • Оценка собственных возможностей для ведения ЛПХ 					
<ul style="list-style-type: none"> • Основные принципы построения ЛПХ 					
<ul style="list-style-type: none"> • Выбор производственного направления для создания высокотоварных ЛПХ 					
<ul style="list-style-type: none"> • Дополнительные производства в специализированных ЛПХ 					
<ul style="list-style-type: none"> • Сроки содержания и откорма птицы для получения наибольшего экономического эффекта 					
<ul style="list-style-type: none"> • Экономическая эффективность переработки с.-х. продукции в домашних условиях 					
<ul style="list-style-type: none"> • Учет доходов и расходов в ЛПХ 					
<ul style="list-style-type: none"> • Азы домашней экономики 					
<ul style="list-style-type: none"> • Самодостаточное ЛПХ 					

Маркетинг					
• Организация сбыта продукции птицеводства, произведенной в ЛПХ					
• Эффективные каналы реализации продукции птицеводства					
• Изучение рынков сбыта продукции птицеводства, произведенной в ЛПХ					
• Организация рекламы продукции птицеводства, произведенной на подворьях населения					
• Изучение конкурентов при сбыте продукции птицеводства, произведенной в ЛПХ					
• Прогноз объемов производства определенных видов продукции птицеводства в ЛПХ					
• Фирменная торговля, как фактор маркетинга (в увязке с ЛПХ)					
Переработка продукции птицеводства					
• Основы переработки с.х. продукции птицеводства в домашних условиях					
• Основы переработки продукции птицеводства в зонах радиационного поражения					
• Использование вторичных сырьевых ресурсов при переработке продукции птицеводства					
• Азы домашнего консервирования. Оснащение домашнего консервного цеха					
• Контроль качества консервов					
• Особенности восстановления испортившихся консервов					
• Переработка мяса в домашних условиях					
• Переработка зерна					
• Изготовление деликатесов из мяса птицы в домашних условиях (для длительного хранения)					
• Определение качества продуктов в домашних условиях					
• Меры борьбы с вредителями пищевых продуктов					
• Примерные нормы выхода готовой продукции после переработки					
• Первичная обработка пуха в домашних условиях (укажите те вопросы, которые вас также интересуют)					

Юридические вопросы					
• Правовые вопросы выделения земельных наделов для владельцев ЛПХ					
• Наследование собственности					
• Порядок заключения договоров между владельцами ЛПХ и изготовительными организациями					
• Наследование и дарение имущества владельцев ЛПХ					
• Уголовная ответственность за хищение собственности					
• Начисление пенсий по старости, инвалидности и т.д.					
• Права и обязанности владельцев ЛПХ при вступлении в кооперативы по производству и переработке и сбыту с.-х. продукции					

Укажите какие еще правовые вопросы вас интересуют.

Маркетинговые исследования в АПК

**Опросный лист для определения покупательского спроса
на продукцию гусеводства**

Перечень вопросов	Номер респондента														
1. Пол															
2. Возраст															
3. Состав семьи (чел.)															
4. Среднемесяч- ный доход на чле- на семьи:															
а) до 200 руб.															
б) от 200 до 500 руб.															
в) свыше 500 руб.															
4. являетесь ли вы жителем:															
а) сельской мест- ности															
б) города															
5. Сколько мяса в месяц потребляет ваша семья, кг:															
а) до 10 кг															
б) от 10 до 20 кг															
в) свыше 20 кг															
6. Знаете ли Вы, что:															
а) в начале века Россия занимала 1 место по поголо- вью гусей (17 млн. гол.)?															
б) гусеводство России в настоя- щее время нахо- дится в упадке?															
в) в ряде европей- ских стран (Герма- ния, Венгрия, Франция) приняты программы уско- ренного развития гусеводства, т.к. там от гусей полу- чают диетические яйца, жир, мясо,															

д) другим видам мяса																			
9. В какой расфасовке предпочтете приобретать гусиное мясо:																			
а) до 0,5 кг																			
б) до 1 кг																			
в) цельную тушку																			
10. Хотели бы Вы приобрести молодняк гусей на птицефабриках области																			
11. Возраст молодняка																			
а) один день																			
б) пять дней																			
в) десять дней																			
12. Приемлемая для Вас цена приобретения однодневного молодняка:																			
а) до 20 руб.																			
б) от 20 до 25 руб.																			
в) свыше 25 руб.																			
13. Хотели бы Вы заключить договор на откорм и выращивание гусей для птицефабрики при условии:																			
а) бесплатного обеспечения молодняком																			
б) бесплатного обеспечения молодняком и кормами																			

От ваших ответов во многом будет зависеть возродиться ли гусеводство в Брянской области.

Спасибо!

АНКЕТА ПОКУПАТЕЛЯ ПРОДУКЦИИ ПТИЦЕВОДСТВА (ЯЙЦО КУРИНОЕ)**УВАЖАЕМЫЙ ПОКУПАТЕЛЬ!**

В целях повышения качества, улучшения ассортимента и более полного удовлетворения спроса населения нашей области на пищевые яйца и их продукты обращаемся к Вам с просьбой ответить на вопросы, приведенные в анкете (нужные варианты ответов отметить знаком «+», а там где необходимо указать цифры или привести краткий текст). Анкета анонимна, информация разглашению не подлежит, ответы помогут разработать программу развития яичного птицеводства в области.

Вопросы	№ респондента				
	1	2	3	4	5
1. Как часто Вы покупаете пищевые яйца?					
1.1. 1 раз в неделю					
1.2. 2 раза в неделю					
1.3. 1 раз в месяц					
2. Какой Ваш общий разовый объем покупки яиц?					
2.1. до 10 шт.					
2.2. 10-20 шт.					
2.3. 20-30 шт.					
2.4. 50-60 шт.					
2.5. свыше 60 шт.					
3. Удовлетворена ли Ваша потребность в пищевых яйцах?					
3.1. Да					
3.2. Нет					
4. Что обычно препятствует приобретению яиц?					
4.1. Отсутствие в продаже на момент покупки					
4.2. Высокие цены					
4.3. Низкое качество яиц					
4.4. Отсутствие упаковки					
4.5. Неудобная упаковка					
4.6. Плохое обслуживание в торговой сети					
4.7. Если иные причины, указать					
5. При каком дефекте яиц вы отказываетесь от покупки?					
5.1. Грязная скорлупа					
5.2. Тонкая скорлупа					
5.3. Бой, насечка					
5.4. Посторонний запах					
5.5. Несвежие яйца					
5.6. Другое (назовите)					
6. Какой цвет скорлупы Вы предпочитаете?					
6.1. Белый					
6.2. Кремовый					

6.3. Коричневый					
6.4. Всё равно					
7. Какой цвет яичного желтка Вам нравится?					
7.1. Бледно-жёлтый					
7.2. Ярко-жёлтый					
7.3. Всё равно					
8. Какую форму продажи Вы предпочитаете?					
8.1. Поштучно					
8.2. По весу (по массе яиц)					
9. В какой упаковке Вы предпочли бы покупать яйца?					
9.1. В коробках по 5-6 шт.					
9.2. по 10-12 шт.					
9.3. по 20 шт.					
9.4. по 30 шт.					
9.5. В бугорчатых прокладках (ячейках) по 30 шт.					
9.6. Другая форма упаковки					
9.7. Без упаковки (но дешевле)					
10. Ваша последняя покупка яиц?					
10.1 Примерная дата					
10.2. Цена за 10 шт. яиц					
10.3. Место покупки					
10.3.1. Продовольственный магазин					
10.3.2. Фирменный магазин					
10.3.3. Коммерческий ларёк					
10.3.4. У мелкотоварного производителя (частника, фермера)					
10.3.5. Количество яиц покупаемых в месяц у: частника фермера					
10.3.6. Продукцию какой птицефабрики Вы предпочитаете приобретать					
А.О. «Снежка»					
А.О. «Победа»					
Другое (укажите)					
11. Желаете ли Вы покупать яйца?					
11.1. В варёном виде					
11.1.1. Да					
11.1.2. Нет					
11.2. Варёное, очищенное от скорлупы (в индивидуальной полиэтиленовой упаковке)					
11.2.1. Да					
11.2.2. Нет					
12. Знаете ли Вы лечебные и питательные свойства яиц?					
12.1. Да					
12.2. Нет					
13. Есть ли у Вас желание покупать следующие продукты, приготовленные на основе яиц?					
13.1. Яичный порошок					

13.1.1. Да					
13.1.2. Нет					
13.2. Яичный рулет					
13.2.1. Да					
13.2.2. Нет					
13.3. Яичная колбаса					
13.3.1. Да					
13.3.1. Нет					
13.4. Суфле					
13.4.1. Да					
13.4.2. Нет					
13.5. Крем десертный					
13.5.1. Да					
13.5.2. Нет					
13.6. Напитки					
13.6.1. Да					
13.6.2. Нет					
13.7 Другое (указать)					
14. Продукцию каких производителей яиц Вы предпочитаете?					
14.1. Конкретного предприятия					
14.2. Птицеводческого предприятия вообще					
14.3. Фермерского хозяйства					
14.4. Владельцев личных хозяйств (частников)					
14.5 Всё равно					
15. Что Вы думаете об улучшении яиц, ценах и обслуживании? Ваши предложения					
16. Что Вы думаете о поставках яиц из-за рубежа и других городов?					
17. Сведения об опрашиваемых					
17..1 Ваш возраст					
17. Пол					
17.3. Ваше социальное положение					
17.3.1. Рабочий					
17.3.2. Служащий					
17.3.3. Интеллигенция					
17.3.4. Предприниматель					
17.3.5. Студент					
17.3.6. Учащийся					
17.3.7. Пенсионер					
17.3.8. Безработный					
17.3.9. Другое (указать)					
17.4. Количество членов вашей семьи					
17.5. Какова величина денежного дохода Вашей семьи в месяц					
17.6. Своевременно ли Вы получаете зарплату					

17.6.1. Да					
17.6.2. Нет					
17.7. Где Вы проживаете					
17.7.1. В городе (название города)					
17.7.2. В районном центре (привести его название)					
17.7.3. В селе (его название и район)					
18. Содержите ли Вы в своём личном подсобном хозяйстве кур-несушек					
19. Количество яиц, получаемых от них в год					
19.1. 140-160 шт.					
19.2. 200 шт.					
19.3. более 200 шт.					
20. Хотели бы Вы увеличить поголовье кур яичных пород в своём хозяйстве					
20.1.1. Да (указать на сколько штук)					
20.1.2. Нет					
20.2. За счёт чего хотели бы Вы увеличить количество кур:					
20.2.1. Покупки молодняка кур на птицефабриках области					
20.2.2. Покупки молодняка кур на инкубаторно-птицеводческих станциях					
20.2.3. Получение в своём хозяйстве					
20.2.4. Покупки у частных лиц					

Спасибо за Вашу помощь!

Место проведения опроса:

Центральный областной продовольственный рынок

Районный продовольственный рынок

Мини-рынок города Брянска

Мини-рынок населённого пункта

Фирменный магазин птицефабрики

Продовольственный магазин

Опрос, проводимый на дому

Иное (указать)-----

Дата проведения опроса-----

**АНКЕТА ПОКУПАТЕЛЯ ПРОДУКЦИИ ПТИЦЕВОДСТВА (МЯСО ПТИЦЫ)
УВАЖАЕМЫЙ ПОКУПАТЕЛЬ!**

В целях повышения качества, улучшения ассортимента и более полного удовлетворения спроса населения нашей области на мясо птицы обращаемся к Вам с просьбой ответить на вопросы, приведенные в анкете (нужные варианты ответов отметить знаком «+», а там где необходимо указать цифры или привести краткий текст). Анкета анонимна, информация разглашению не подлежит, ответы помогут разработать программу развития мясного птицеводства в области и снизить поставки зарубежной продукции мясного птицеводства. Благодарим Вас за участие в анкетном опросе.

Вопросы	№ респондента				
	1	2	3	4	5
1. Как часто Вы покупаете мясо птицы?					
1.1. 1 раз в неделю					
1.2. 2 раза в месяц					
1.3. 1 раз в месяц					
1.4. Изредка					
2. Какое мясо птицы Вы предпочитаете?					
2.1. Кур					
2.2. Цыплят-бройлеров (мясных пород)					
2.3. Уток					
2.4. Индейки					
2.5. Гусей					
2.6. Прочих видов (перепелов и др.)					
3. Какое мясо птицы Вы предпочитаете?					
3.1. Отечественное					
3.2. Импортное					
4. Покупаете ли Вы «ножки Буша»?					
4.1. Да					
4.2. Нет					
5. Занимает ли мясо птицы устойчивое место в рационе Вашей семьи?					
5.1. Да					
5.2. Нет					
6. Что препятствует приобретению мяса птицы?					
6.1. Отсутствие в продаже на момент покупки					
6.2. Плохая упитанность (недостаточно жира в тушке)					
6.3. Высокая цена					
6.4. Плохое обслуживание в торговой сети					
6.5. Неудовлетворительный внешний вид (плохая обработка тушки)					
6.6. Отсутствие или неудобная упаковка					
6.7. Иное (укажите причину)					
7. Удовлетворяет ли Вас качество обработки и маркировки мяса птицы					
7.1. Да					

7.2. Нет					
8. В какой упаковке и расфасовке Вы предпочитаете покупать мясо птицы?					
8.1. Без упаковки					
8.2. В полиэтиленовом пакете					
8.3. В картонной коробке					
8.4. Вес тушки 0.5-1 кг					
9. Ваша последняя покупка мяса птицы					
9.1. Примерная дата					
9.2. Цена за 1 кг					
9.3. Место покупки					
9.3.1. Продовольственный магазин					
9.3.2. Фирменный магазин					
9.3.3. Коммерческий ларёк					
9.3.4. У частных					
9.3.5. У фермеров					
9.3.6. Доставка заказа на дом					
9.3.7. Другое (указать)					
10. Какое мясо птицы Вы предпочитаете покупать?					
10.1. В сыром виде					
10.2. В варёном виде					
10.3. Копчёное мясо					
10.4. Входящее в состав колбас					
10.5. Тушёнки					
10.6. Целую тушку					
10.7. Окорочка птицы					
10.8. Грудку птицы					
10.9. Бёдрышки птицы					
10.10. Желудок птицы					
10.11. Печень птицы					
10.12. Сердце птицы					
10.13. Жир птицы					
11. Устраивает ли Вас существующий ассортимент мясной продукции, имеющейся в продаже					
11.1. Да					
11.2. Нет					
12. Что Вы хотели бы приобрести из того ассортимента, который имеется в продаже по месту проживания?					
13. Перерабатываете ли Вы мясо птицы в домашних условиях для последующего хранения?					
13.1. Да					
13.2. Нет					
14. Нуждаетесь ли Вы в советах кулинаров и рекламе о том, что можно приготовить из мяса птицы?					
14.1. Да					
14.2. Нет					

15. Продукцию каких производителей Вы предпочитаете?					
15.1. Конкретного предприятия					
15.2. ООО «Птицефабрика «Снежка»					
15.3. ООО «Победа-Агро»					
15.4. Иных предприятий области (указать каких)					
15.5. Птицефабрик других областей (указать каких)					
15.6. Птицеводческих предприятий					
15.7. Фермерского хозяйства					
15.8. Владельцев личных подсобных хозяйств (частников)					
15.9. Всё равно, лишь бы оно было более дешёвое по сравнению с другими производителями					
16. Что Вы думаете об улучшении продажи мяса птицы, ассортименте, ценах, обслуживании и т.д. ваши предложения по каждой птицефабрике, фермерскому хозяйству, личному подсобному хозяйству					
17. Содержите ли Вы в своём хозяйстве?					
17.1. Мясных кур					
17.1.1. Да					
17.1.2. Нет					
17.2. Уток					
17.2.1. Да					
17.2.2. Нет					
17.3. Гусей					
17.3.1. Да					
17.3.2. Нет					
17.4. Индеек					
17.4.1. Да					
17.4.2. Нет					
17.5. Иные виды птицы (указать)					
17.5.1. Да					
17.5.2. Нет					
18. Количество птицы, содержащееся в вашем хозяйстве, гол.					
18.1. Кур					
18.2. Гусей					
18.3. Уток					
18.4. Индеек					
18.5. Других видов (указать)					
19. Хотели бы вы увеличить поголовье птицы					
19.1. Да					
19.2. Нет					
Если Да, то на сколько голов					
19.1.1. Кур					
19.1.2. Гусей					
19.1.3. Уток					
19.1.4. Индеек					

19.1.5. Других видов птицы					
20. Где вы приобретаете молодняк птицы?					
20.1. На птицефабрике					
20.2. На инкубаторно-птицеводческой станции					
20.3. У частных лиц					
20.4. У фермеров					
21. Где хотели бы в перспективе приобрести молодняк птицы?					
21.1. На птицефабрике					
21.2. На инкубаторно-птицеводческой станции					
21.3. У частных лиц					
21.4. У фермеров					
22. Устраивает ли Вас цена на приобретаемый молодняк?					
22.1. Да					
22.2. Нет					
23. На сколько нужно снизить цену на приобретаемый молодняк?					
23.1. На 10%					
23.2. На 20%					
23.3. На 30%					
23.4. На 50%					
23.5. Более чем на 50%					
24. Что сдерживает развитие птицеводства в Вашем хозяйстве?					
24.1. Трудности с кормами					
24.2. Высокий падёж птицы					
24.3. Отсутствие выпасов					
24.4. Высока цена на молодняк					
24.5. Трудности с приобретением молодняка					
24.6. Трудности со сбытом продукции птицеводства					
24.7. Воровство птицы					
24.8. Иные причины (указать)					
25. Нуждаетесь ли Вы в бесплатных консультациях специалистов по ведению мясного птицеводства в Вашем хозяйстве?					
25.1. Да					
25.2. Нет					
26. Необходима ли Вам специальная литература по птицеводству в приусадебном хозяйстве?					
26.1. Да					
26.2. Нет					
27. Ваш возраст					
28. Пол					
29. Ваше социальное положение					
29.1. Рабочий					
29.2. Служащий					
29.3. Интеллигенция					
29.4. Предприниматель					
29.5. Пенсионер					

29.6. Безработный					
29.7. Студент					
29.8. Учащийся					
29.9. Другое (указать)					
30. Количество членов Вашей семьи					
31. Каков денежный доход Вашей семьи за последний месяц					
31.1. 100 руб.					
31.2. 100,1-200					
31.3. 200,1-300					
31.4. 300,1-400					
31.5. 400,1-500					
31.6. 500,1-600					
31.7. 600,1-700					
31.8. 700,1-800					
31.8. 800,1-900					
31.9. 900,1-1000					
31.10. 1000,1-1100					
31.11. 1100,1-1200					
31.12. 1200,1-1300					
31.13. 1300,1-1400					
31.14. 1400,1-1500					
31.15. 1500,1-1600					
31.16. 1600,1-1700					
31.17. 1700,1-1800					
31.18. 1800,1-1900					
31.19. 1900,1-2000					
31.20. Свыше 2000					
32. Своевременно ли Вы получаете заработную плату?					
32.1. Да					
32.2. Нет					
33. Где Вы проживаете?					
33.1. В городе (указать название)					
33.2. В районном центре (указать название)					
33.3. В селе (указать название и район)					

Спасибо за Вашу помощь!

Место проведения опроса:

Центральный областной продовольственный рынок

Районный продовольственный рынок

Мини-рынок города Брянска

Мини-рынок населённого пункта

Фирменный магазин птицефабрики

Продовольственный магазин

Опрос, проводимый на дому

Иное (указать)-----

Дата проведения опроса-----

Исходные данные для решения транспортной задачи

Магазины Склады	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	Вместимость
	1	70	80	91	100	96	120	105	95	96	105	86	97	102	112	91	70	91	93	110	80	120	120	91	105	96	95	
2	100	82	93	70	98	110	97	110	100	93	97	105	73	84	82	100	70	98	70	98	97	135	98	110	105	110	95	19
3	135	94	96	73	84	95	87	77	106	82	82	77	97	98	93	135	95	96	135	97	82	96	135	80	86	96	100	15
Потребность	2,7	2,0	1,6	2,6	3,0	3,0	2,7	1,5	1,0	0,8	2,7	2,0	2,7	1,6	2,7	1,0	2,0	2,0	1,6	1,5	1,7	1,9	2,1	1,8	1,9	1,9	2,0	54

Математическая модель транспортной задачи

Найти $\min f(\mathbf{x}) = \sum \sum C_{yx} X_{yx}$ при условиях:

$$X_{11} + X_{12} + \dots + X_{1n} = a_1$$

$$X_{21} + X_{22} + \dots + X_{2n} = a_2$$

$$X_{31} + X_{32} + \dots + X_{3n} = a_3$$

$$X_{m1} + X_{m2} + \dots + X_{mn} = a_m$$

$$X_{11} + X_{21} + \dots + X_{m1} = B_1$$

$$X_{12} + X_{22} + \dots + X_{m2} = B_2$$

$$X_{1n} + X_{2n} + \dots + X_{mn} = B_n$$

Матрица перевозок яиц

Пункты отправления	Пункты назначения				Запа- сы
	B_1	B_2	B_n	
A_1	¹¹ X_{11}	¹² X_{12}	¹ⁿ X_{1n}	A_1
A_2	²¹ X_{21}	²² X_{22}	²ⁿ X_{2n}	A_2
				
A_m	^{m1} X_{m1}	^{m2} X_{m2}	^{mn} X_{mn}	A_m
Потребности	B_1	B_2	B_n	$\sum A_i = \sum B_j$

В состав переменных входят:

X_{11} – количество яиц, перевозимых с 1-го склада в 1-й магазин;

X_{62} — количество яиц, перевозимых с 3-го склада в 8-й магазин;
 X_{63} — количество яиц, перевозимых с 3-го склада в 9-й магазин;
 X_{64} — количество яиц, перевозимых с 3-го склада в 10-й магазин;
 X_{65} — количество яиц, перевозимых с 3-го склада в 11-й магазин;
 X_{66} — количество яиц, перевозимых с 3-го склада в 12-й магазин;
 X_{67} — количество яиц, перевозимых с 3-го склада в 13-й магазин;
 X_{68} — количество яиц, перевозимых с 3-го склада в 14-й магазин;
 X_{69} — количество яиц, перевозимых с 3-го склада в 15-й магазин;
 X_{70} — количество яиц, перевозимых с 3-го склада в 16-й магазин;
 X_{71} — количество яиц, перевозимых с 3-го склада в 17-й магазин;
 X_{72} — количество яиц, перевозимых с 3-го склада в 18-й магазин;
 X_{73} — количество яиц, перевозимых с 3-го склада в 19-й магазин;
 X_{74} — количество яиц, перевозимых с 3-го склада в 20-й магазин;
 X_{75} — количество яиц, перевозимых с 3-го склада в 21-й магазин;
 X_{76} — количество яиц, перевозимых с 3-го склада в 22-й магазин;
 X_{77} — количество яиц, перевозимых с 3-го склада в 23-й магазин;
 X_{78} — количество яиц, перевозимых с 3-го склада в 24-й магазин;
 X_{79} — количество яиц, перевозимых с 3-го склада в 25-й магазин;
 X_{80} — количество яиц, перевозимых с 3-го склада в 26-й магазин;
 X_{81} — количество яиц, перевозимых с 3-го склада в 27-й магазин.

Система ограничений:

1. Условие по наличию яиц на 1-м складе

$$\begin{aligned}
 &X_1+X_2+X_3+X_4+X_5+X_6+X_7+X_8+X_9+X_{10}+X_{11}+X_{12}+X_{13}+X_{14}+X_{15}+X_{16}+ \\
 &+X_{17}+X_{18}+X_{19}+X_{20}+X_{21}+X_{22}+X_{23}+X_{24}+X_{25}+X_{26}+X_{27} = 20
 \end{aligned}$$

2. Условие по наличию яиц на 2-м складе

$$\begin{aligned}
 &X_{28}+X_{29}+X_{30}+X_{31}+X_{32}+X_{33}+X_{34}+X_{35}+X_{36}+X_{37}+X_{38}+X_{39}+X_{40}+X_{41}+X_{42}+ \\
 &X_{43}+X_{44}+X_{45}+X_{46}+X_{47}+X_{48}+X_{49}+X_{50}+X_{51}+X_{52}+X_{53}+X_{54} = 19
 \end{aligned}$$

3. Условие по наличию яиц на 3-м складе

$$X_{55}+X_{56}+X_{57}+X_{58}+X_{59}+X_{60}+X_{61}+X_{62}+X_{63}+X_{64}+X_{65}+X_{66}+X_{67}+X_{68}+X_{69}+X_{70}+X_{71}+X_{72}+X_{73}+X_{74}+X_{75}+X_{76}+X_{77}+X_{78}+X_{79}+X_{80}+X_{81} = 15$$

Условия по поставке продукции в магазины:

$$X_1+X_{28}+X_{55} = 2,7$$

$$X_2+X_{29}+X_{56} = 2,0$$

$$X_3+X_{30}+X_{57} = 1,6$$

$$X_4+X_{31}+X_{58} = 2,6$$

$$X_5+X_{32}+X_{59} = 3,0$$

$$X_6+X_{33}+X_{60} = 3,0$$

$$X_7+X_{34}+X_{61} = 2,7$$

$$X_8+X_{35}+X_{62} = 1,5$$

$$X_9+X_{36}+X_{63} = 1,0$$

$$X_{10}+X_{37}+X_{64} = 0,8$$

$$X_{11}+X_{38}+X_{65} = 2,7$$

$$X_{12}+X_{39}+X_{66} = 2,0$$

$$X_{13}+X_{40}+X_{67} = 2,7$$

$$X_{14}+X_{41}+X_{68} = 1,6$$

$$X_{15}+X_{42}+X_{69} = 2,7$$

$$X_{16}+X_{43}+X_{70} = 1,0$$

$$X_{17}+X_{44}+X_{71} = 2,0$$

$$X_{18}+X_{45}+X_{72} = 2,0$$

$$X_{19}+X_{46}+X_{73} = 1,6$$

$$X_{20}+X_{47}+X_{74} = 1,5$$

$$X_{21}+X_{48}+X_{75} = 1,7$$

$$X_{22}+X_{49}+X_{76} = 1,9$$

$$X_{23}+X_{50}+X_{77} = 2,1$$

$$X_{24}+X_{51}+X_{78} = 1,8$$

$$X_{25}+X_{52}+X_{79} = 1,9$$

$$X_{26}+X_{53}+X_{80} = 1,9$$

$$X_{27}+X_{54}+X_{81} = 2,0$$

Система ограничений:

4. Условие по наличию яиц на 1-м складе

$$X_1 + X_2 + X_3 + X_4 + X_5 + X_6 + X_7 + X_8 + X_9 + X_{10} + X_{11} + X_{12} + X_{13} + X_{14} + X_{15} + X_{16} + X_{17} + X_{18} + X_{19} + X_{20} + X_{21} + X_{22} + X_{23} + X_{24} + X_{25} + X_{26} + X_{27} = 20$$

5. Условие по наличию яиц на 2-м складе

$$X_{28} + X_{29} + X_{30} + X_{31} + X_{32} + X_{33} + X_{34} + X_{35} + X_{36} + X_{37} + X_{38} + X_{39} + X_{40} + X_{41} + X_{42} + X_{43} + X_{44} + X_{45} + X_{46} + X_{47} + X_{48} + X_{49} + X_{50} + X_{51} + X_{52} + X_{53} + X_{54} = 19$$

6. Условие по наличию яиц на 3-м складе

$$X_{55} + X_{56} + X_{57} + X_{58} + X_{59} + X_{60} + X_{61} + X_{62} + X_{63} + X_{64} + X_{65} + X_{66} + X_{67} + X_{68} + X_{69} + X_{70} + X_{71} + X_{72} + X_{73} + X_{74} + X_{75} + X_{76} + X_{77} + X_{78} + X_{79} + X_{80} + X_{81} = 15$$

Кроме того, необходимо учитывать условие неотрицательности переменных:

$$X_1, X_2, \dots, X_{81} \geq 0$$

Целевая функция:

$$\begin{aligned} Z = & 70X_1 + 80X_2 + 91X_3 + 100X_4 + 96X_5 + 120X_6 + 105X_7 + 95X_8 + 96X_9 + 105X_{10} + 86X_{11} + \\ & + 97X_{12} + 102X_{13} + 112X_{14} + 91X_{15} + 70X_{16} + 91X_{17} + 93X_{18} + 110X_{19} + 80X_{20} + 120X_{21} + \\ & + 120X_{22} + 91X_{23} + 105X_{24} + 96X_{25} + 95X_{26} + 97X_{27} + 100X_{28} + 82X_{29} + 93X_{30} + 70X_{31} + \\ & + 98X_{32} + 110X_{33} + 97X_{34} + 110X_{35} + 100X_{36} + 93X_{37} + 97X_{38} + 105X_{39} + 73X_{40} + 84X_{41} + \\ & + 82X_{42} + 100X_{43} + 70X_{44} + 98X_{45} + 70X_{46} + 98X_{47} + 97X_{48} + 135X_{49} + 98X_{50} + 110X_{51} + \\ & + 105X_{52} + 110X_{53} + 95X_{54} + 135X_{55} + 94X_{56} + 96X_{57} + 73X_{58} + 84X_{59} + 95X_{60} + 87X_{61} + 77 \\ & + 106X_{62} + 82X_{63} + 82X_{64} + 82X_{65} + 77X_{66} + 97X_{67} + 98X_{68} + 93X_{69} + 135X_{70} + 95X_{71} + 96X_{72} + \\ & + 135X_{73} + 97X_{74} + 82X_{75} + 96X_{76} + 135X_{77} + 80X_{78} + 86X_{79} + 96X_{80} + 100X_{81} \rightarrow \min. \end{aligned}$$

Распределение поставок продукции птицеводства в магазины ООО «Птицефабрика «Снежка»

Магазины / Склады	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	Вместимость
1	2700		1600		700				1000		2700					1000		1000		1500			2100		1900	1900	900	20
2		2000		2600			2700						2700	1600	2700		2000		1600								1100	19
3					2300	3000		1500		8000		2000									1700	1900		1800				15
Потребность	2,7	2,0	1,6	2,6	3,0	3,0	2,7	1,5	1,0	0,8	2,7	2,0	2,7	1,6	2,7	1,0	2,0	2,0	1,6	1,5	1,7	1,9	2,1	1,8	1,9	1,9	2,0	54

347

Монография

Кузьмицкая Анна Алексеевна

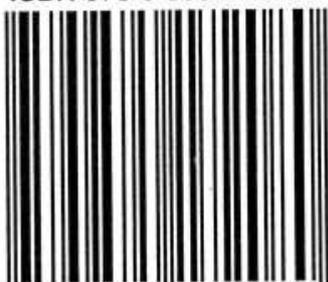
Кислова Е.Н.

Кислов Н.А.

ЭКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ ПТИЦЕВОДСТВА

Редактор Осипова Е.Н.

ISBN 978-5-88517-208-0



9 785885 172080

Подписано в печать 02.03.2012 г. Формат 60x84 ¹/₁₆.
Бумага офсетная. Усл. п. л. 20,28. Тираж 100 экз. Изд. №2138.

Издательство Брянской государственной
сельскохозяйственной академии.
243365 Брянская обл., Выгоничский район, с. Кокино,
ФГБОУ ВПО «Брянская ГСХА».