

Socio-economic development problems of beef raising in Perm region

Davletov, Ildar Ildusovich; Svechnikova, Tatyana Mikhaylovna

Veröffentlichungsversion / Published Version

Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Davletov, I. I., & Svechnikova, T. M. (2012). Socio-economic development problems of beef raising in Perm region. *Modern Research of Social Problems*, 2, 1-8. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-399799>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Basic Digital Peer Publishing-Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den DiPP-Lizenzen finden Sie hier:

<http://www.dipp.nrw.de/lizenzen/dppl/service/dppl/>

Terms of use:

This document is made available under a Basic Digital Peer Publishing Licence. For more information see:

<http://www.dipp.nrw.de/lizenzen/dppl/service/dppl/>

УДК 631.15:637.5

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МЯСНОГО СКОТОВОДСТВА В ПЕРМСКОМ КРАЕ

Давлетов И.И., Свечникова Т.М.

Цель. В статье анализируются результаты социологического опроса исследования покупательской способности говядины.

Метод или методология проведения работы. Для проведения исследования использовался социологический, расчетно-конструктивный и программно-целевой методы.

Результаты. Определены проблемы, направления развития мясного скотоводства и объемы производства говядины на ближайшую перспективу для Пермского края.

Область применения результатов. Результаты исследования используются для разработки региональных программ развития агропромышленного комплекса.

Ключевые слова: социологический опрос, покупательская способность, говядина, мясное скотоводство, Пермский край.

SOCIO- ECONOMIC DEVELOPMENT PROBLEMS OF BEEF RAISING IN PERM REGION

Davletov I.I., Svechnikova T.M.

Purpose. The article analyses results of public opinion poll of beef purchasing power.

Methodology. For research carrying out it was used sociological, settlement-constructive and programming-target methods.

Results. Identifies problems, direction of beef raising and volumes of beef production for the short term.

Practical implications. Results of research are used for development of regional development programs of agriculture.

Keywords: public opinion poll; purchasing power; beef; beef raising; Perm region.

Современное состояние производства мяса сельскохозяйственными организациями Пермского края показывает, что оно является высокочувствительным и нерентабельным. Причиной этому являются дестабилизирующие факторы внутренней и внешней среды предприятий мясопродуктового подкомплекса.

В сложившихся рыночных условиях деятельности предприятий наиболее рентабельное производство говядины отмечается в откормочных хозяйствах, где применяется промышленный откорм скота, с использованием высокой доли механизированного труда, а также современных методов откорма и содержания скота.

Обеспечение региона высококачественной парной говядиной можно решить как за счет завоза скота из соседних областей и республик, так и за счет собственных сельскохозяйственных организаций края, ориентирующих свою деятельность на производство мраморного мяса.

Для оценки сложившейся ситуации на рынке нами было проведено анкетирование, результаты которого позволили определить направления развития мясного скотоводства в крае. Опрос проводился с 2004 по 2010 год, в котором приняло участие 1857 человек (таблица 1).

Большинство респондентов (83%) предпочитают говядину из-за ее вкусовых качеств и 26% – из-за ее калорийности. 70% опрошенных предпочитают покупать мясо отечественного производства, из них 43% – ориентируются на производителей Пермского края.

Следовательно, существует необходимость развивать мясное скотоводст-

во на территории края, а при производстве и реализации говядины сельхозтоваропроизводители должны учитывать потребительские свойства мяса и сегментировать рынки сбыта с учетом доходности населения территории.

В случае увеличения потенциальных потребителей мраморного мяса имеют возможность его покупать: 38% респондентов с уровнем среднемесячного дохода до 6000руб., 35% – с уровнем дохода до 12000 руб., 27% – с уровнем дохода свыше 12000 руб. В результате, фактическая потребность населения в мраморном мясе на 2010 г. составляла 3,57 кг/ чел. в год, или 21,6% от фактической нормы потребления и 10,8% – от рациональной нормы потребления говядины в крае.

Таблица 1

Результаты социологического опроса исследования покупательской способности говядины, в том числе мраморного мяса

Вопросы, задаваемые респондентам при анкетировании	Структура полученных ответов, %	Результаты и предложения
1. Что привлекает вас в говядине в отличие от других видов мяса? - вкус	59	Большинство респондентов предпочитают говядину из-за ее вкусовых качеств. Следовательно, существует необходимость развивать скотоводство на территории края
- калорийность	26	
- кулинарные свойства	15	
2. Говядину, какого производителя вы предпочитаете? - отечественного товаропроизводителя (местного, регионального)	43	70% опрошенных предпочитают покупать мясо отечественного производства, их них 43% - ориентируются на производителей Пермского края. Поэтому государственная поддержка этих предприятий в развитии скотоводства для получения говядины крайне необходима, особенно в увеличении поголовья откормочного скота мясных пород путем трансплантации
- отечественного товаропроизводителя (завезенных из других регионов)	27	
- импортного производства	16	
- не имеет значения	14	
3. Где вы обычно покупаете мясо? - на рынке	17	63% респондентов покупают мясо в магазинах, причем из них 35% - в фирменных. Следовательно, товаропроизводители для получения наибольшей прибыли должны поставлять говядину на эти рынки сбыта и стать постоянными по-
- в магазине (гастрономах)	28	
- в фирменных магазинах	35	
- у ЛПХ	12	

- на оптовых базах	8	ставщиками
4. Сколько килограмм говядины в месяц вы покупаете? - до 3 кг на семью из 3 человек	46	С учетом низкой доходности населения большинство (78%) покупают говядину до 3-5 кг в месяц при среднем размере семьи 3-5 человек. В целях повышения покупательской способности необходимо снижать себестоимость мяса производителям и повышать уровень жизни граждан в регионе
- до 5 кг на семью из 4-5 человек	32	
- до 8 кг на семью 4-5 человек	18	
- до 8 кг на семью из 5 и более человек	4	
5. Какими факторами вы руководствуетесь при покупке говядины? - цвет	85	При покупке говядины все потребители обращают внимание на свежесть мяса, большинство – на запах и цвет, розничную цену. Следовательно, при производстве и реализации говядины сельхозпроизводители должны учитывать потребительские свойства мяса и сегментировать рынки сбыта с учетом доходности населения территории
- мраморность	7	
- свежесть мяса	100	
- запах	98	
- стоимость мяса	92	
- доход семьи	87	
6. Знаете ли вы, что мраморное мясо полезнее обычной говядины? - да	12	88 % опрошенных не обладают информацией об улучшенной усвояемости организмом человека мраморного мяса, что ограничивает численность потенциальных потребителей
- нет	88	
7. Сколько должен составлять ваш доход для ежегодной покупки мраморного мяса при его среднерыночной цене 200 руб./ кг? - уровень доходов (до 6000 руб./месяц) до 2кг до 3-4кг	25 13	В случае увеличения потенциальных потребителей мраморного мяса имеют возможность его покупать: 38% респондентов с уровнем среднемесячного дохода до 6000 руб., 35% - с уровнем дохода до 12 000 руб., 27% - с уровнем дохода свыше 12 000 руб. В результате, фактическая потребность населения в мраморном мясе (за 2010г.) составила 3,57 кг/ чел. в год, что составляет 21,6% от фактической нормы потребления и 10,8% от рациональной нормы потребления говядины в крае. На 2012-2014г возможно увеличение фактической нормы потребления мраморного мяса на человека в год
- уровень доходов (до 12000руб. в месяц) до 2 кг до 4-6 кг	21 14	
- уровень дохода (св.12000руб./месяц) до 4-6 кг	24	
до 10 кг и более	3	

Результаты исследования показали, что к производству мраморного мяса необходимо подходить с учетом потребительских свойств мяса, сегментирования рынков сбыта с учетом доходности населения территории и рассматривать

его как бизнес-процесс.

Бизнес-процесс мраморного мяса представляет собой производство с полным (завершенным) и незавершенным циклом. Полный цикл производства мраморного мяса представляет собой завершение бизнес-процесса продаж откормленного скота мясоперерабатывающим предприятиям, или реализацией готового сырья, мраморного мяса или полуфабрикатов из него населению. Бизнес-процесс с неполным циклом производства представляет собой завершение производства на любой стадии технологической цепочки, при условии, если это приносит целевую прибыль предприятию.

Главным условием повышения прибыльности при производстве и реализации мраморного мяса является организация полноценного кормления скота и повышение на этой основе его продуктивности, а также последующая успешная реализация скота.

На основании баланса производства и потребления говядины нами составлена модель структуры и источников поступления говядины на рынок Пермского края (рис. 1).

В сложившейся тенденции развития к 2014 году, собственное производство в регионе займет рынок (69%), импорт и ввоз из соседних регионов составит 31%, при этом будет наблюдаться снижение доли импорта. Основными поставщиками говядины будут сельскохозяйственные организации. Доля личных подсобных хозяйств сократится до 23,2%, это связано с убыточностью мелкотоварного производства по сравнению с применением промышленных методов ведения производства говядины [1].

Рост производства говядины в крестьянских (фермерских) хозяйствах связан с доступностью кредитных ресурсов для развития малого бизнеса и применения современных экологических методов развития фермерства на Урале, в основе которого лежит гармоничное сочетание ведения скотоводства в рамках стандартов ИСО 9000-2000. При среднем поголовье крупного рогатого скота на ферме не более 40 голов, нагрузка на окружающую среду

находится в пределах установленных норм. В результате продукция из этих хозяйств может быть сертифицирована и продана как «экологически чистый продукт», с соответствующей наценкой на продукцию, позволяющей вести безубыточное производство.



Рис 1. Планируемая модель структуры и источников поступления говядины на рынок Пермского края до 2014 года

Список литературы

1. Социально-экономическое положение Пермского края. Комплексный доклад. Пермь, Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Пермскому краю, 2010 г. 173 с.

References

1. *Sotsialno-ekonomicheskoe polozhenie Permskogo kraja. Kompleksnyy doklad* [Socio-economic position of the Perm region. Complex lecture.]. Perm: Territorial organ of Federal service of state statistics on the Perm region, 2010. 173 p.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ

Давлетов Ильдар Ильдусович, научный сотрудник Северо-Восточного отдела ГНУ ВНИИЭСХ Россельхозакадемии; доцент кафедры менеджмента, кандидат экономических наук

Пермская государственная сельскохозяйственная академия имени академика Д.Н. Прянишникова

*ул. Петропавловская, д.23, ГСП-165, г. Пермь, Пермский край, 614990, Россия
e-mail: psaa-priem@mail.ru*

Свечникова Татьяна Михайловна, старший преподаватель кафедры организации производства и предпринимательства в АПК

Пермская государственная сельскохозяйственная академия имени академика Д.Н. Прянишникова

*ул. Петровавловская, д.23, ГСП-165, г. Пермь, Пермский край, 614990, Россия
e-mail: psaa-priem@mail.ru*

DATA ABOUT THE AUTHORS

Davletov Ildar Ildusovich, researcher of Northeast Department of All-Russian Research Institute of Agricultural Economics of Russian Agricultural Academy, associated professor of Management Department, Ph.D. in Economic Science

Pryanishnikov Perm State Agricultural Academy

*23, Petropavlovskaya street, Perm, Perm region, 614990, Russia
e-mail: psaa-priem@mail.ru*

Svechnikova Tatyana Mikhaylovna, senior lecture of Department of Organizing Production and Business in the Agricultural Sector

Pryanishnikov Perm State Agricultural Academy

23, Petropavlovskaya street, Perm, Perm region, 614990, Russia

e-mail: psaa-priem@mail.ru

Рецензент:

Светлакова Н.А., д.э.н., профессор кафедры организации производства и предпринимательства в АПК, Пермская государственная сельскохозяйственная академия имени академика Д.Н. Прянишникова, г. Пермь, Россия