

Темпы роста производства не снижаем



ФОТО: ТАСС/СТРИТ/А. ПИЧУКОВ

Галина БОБЫЛЁВА,
генеральный директор
Росптицесоюз

Вынужденные карантин и самоизоляция в период пандемии COVID-19 отрицательно сказались на всех отраслях экономики. В агропромышленном комплексе также произошли серьезные изменения. Поэтому перед российскими сельхозтоваропроизводителями стоит задача разработать стратегию выхода из кризиса, увеличить объемы выпускаемой продукции и повысить ее конкурентоспособность.



Отечественное промышленное птицеводство представляет собой вертикально интегрированную отрасль (производство инкубационного и пищевого яйца, мяса птицы и глубокая переработка сырья), которая интенсивно развивается на протяжении многих лет. Однако в начале нынешнего года птицеводы столкнулись с серьезной проблемой. Ограничения, введенные из-за пандемии практически во всех субъектах Российской Федерации, привели к закрытию многих точек торговли и стали причиной снижения покупательской активности населения. Кроме того, был введен запрет на передвижение транспорта из одного региона в другой. Некоторые племенные предприятия не смогли поставить инкубационное яйцо и суточный молод-

няк владельцам КФХ и ЛПХ, ранее заключившим договоры.

Существенно уменьшились объемы реализации продукции птицеводства в связи с закрытием организаций общественного питания (кафе, рестораны, школьные столовые). В такой ситуации больше других пострадали производители мяса перепелов и водоплавающей птицы.

Из-за пандемии снизились потребительский спрос и платежеспособность покупателей. По данным Минэкономразвития и Росстата, во втором квартале 2020 г. (на этот период пришелся основной удар) реальные располагаемые доходы населения сократились на 8% в годовом выражении.

Анализ сложившейся в первом полугодии ситуации показал, что благодаря созданному в отрасли потенциалу

птицеводы в период кризиса работали без значительных потерь даже с учетом роста себестоимости производства яйца и мяса птицы. Эксперты отмечают, что объемы выпускаемой продукции практически не изменяются на протяжении трех лет. Это обусловлено тем, что отечественные сельхозтоваропроизводители смогли насытить рынок самым доступным источником белка, а значит, выполнить требования Доктрины продовольственной безопасности Российской Федерации.

На фоне снижения располагаемых доходов населения цены на продукцию птицеводства уменьшились. Из-за сложных социально-экономических условий потребление свинины и говядины снижается, а мяса птицы — стабильно растет, значит, о его перепроизводстве не может быть и речи. Сохраняется

высокий спрос и на яйцо, следовательно, птицеводам нужно разработать новую стратегию, включающую совершенствование логистики и расширение ассортимента своей продукции.

Сегодня многие отказались от посещения ресторанов и кафе. Люди предпочитают приобретать мясо птицы в торговых сетях и готовить дома. Поэтому специалисты хозяйства проводят мониторинг, чтобы определить, какая продукция наиболее востребована в данный момент и на чем нужно сосредоточить усилия в первую очередь.

Отрицательную роль сыграло падение цен на нефть, девальвация рубля и закрытие границ из-за распространения коронавируса. Снижение курса национальной валюты привело к увеличению цен на компоненты комбикорма (на 16–37%), племенной материал (на 15–25%), ветеринарные препараты (на 10–15%) и т. д. В себестоимости продукции на долю этих ресурсов приходится 30%. Из-за роста цен на зерно (на 20% и более) себестоимость производства мяса птицы и яйца возросла на 17–20%.

В структуре себестоимости продукции доля затрат на импортное племенное яйцо и ветеринарные препараты достигает 3%, а импортная составляющая в затратах на корма — 23%. Отмечу: в первом полугодии 2020 г. поставки племенного яйца из-за рубежа проходили в соответствии с графиком, разработанным в начале года.

Несмотря на то что указанные факторы существенно повлияли на доходность предприятий, птицеводы не стали компенсировать убытки путем повышения отпускных цен на яйцо и мясо птицы и тем самым не допустили снижения уровня их потребления (36 кг мяса птицы и 260 яиц на человека в год). Эти продукты относят к социально значимым, экономически и физически доступным для населения.

Безусловно, пандемия не могла не сказаться на темпах прироста производства продукции птицеводства. В 2020 г. с января по июнь ресурсы мяса птицы на отечественном рынке умень-

се (5110 тыс. т против 5014,3 тыс. т в 2019 г.). В 2020 г. импорт мяса птицы составит 230 тыс. т в убойной массе (в 2019 г. — 230,7 тыс. т), экспорт — 300 тыс. т (в 2019 г. — 209,8 тыс. т).

В то же время производство яйца с января по июнь 2020 г. выросло на 112 млн штук (22 425,7 млн против 22 313,7 млн за аналогичный период 2019 г.). К концу года будет получено 45 300 млн яиц, что на 442,1 млн больше, чем в 2019 г. (44 857,9 млн). По прогнозам экспертов, объемы импорта яйца в нынешнем году уменьшатся на 194 млн штук (1017 млн против 823 млн в 2019 г.), а экспорта, наоборот,

Благодаря созданному в отрасли потенциалу птицеводы в период кризиса работали без значительных потерь даже с учетом роста себестоимости производства яйца и мяса птицы.

Отечественные сельхозтоваропроизводители смогли насытить рынок самым доступным источником белка, а значит, выполнить требования Доктрины продовольственной безопасности Российской Федерации.

шили на 52,3 тыс. т в убойной массе (2402,2 тыс. т против 2456,5 тыс. т за аналогичный период 2019 г.). Несмотря на это, в нынешнем году, по прогнозам экспертов, мяса птицы будет произведено больше, чем в предыдущем, на 95,7 тыс. т в убойной мас-

увеличится на 84,5 млн (650 млн против 565,5 млн в 2019 г.).

В условиях пандемии птицеводы смогли быстро перестроиться на выпуск продукции с учетом спроса на нее, значительно расширить ассортимент и избежать серьезных экономических потерь. Ни одно предприятие сегодня не прекратило работу, а некоторые даже нарастили производство и успешно поставляют свою продукцию за рубеж. Например, СХ ПАО «Белореченское» Иркутской области отправляет пищевое яйцо в Монголию.

По данным Федеральной таможенной службы, за шесть месяцев 2020 г. объемы экспорта мяса птицы составили 146,7 тыс. т, что на 65,7 тыс. т больше, чем за аналогичный период 2019 г. К концу года этот показатель достигнет 300 тыс. т. Основными импортерами мяса птицы станут государства дальнего зарубежья (на их долю приходится 78,1 тыс. т, или 63,4%) и страны СНГ и ЕАЭС (45,1 тыс. т, или 36,6%).

В 2020 г. в Китай запланировано поставить 66,2 тыс. т мяса птицы (84,7%), в Саудовскую Аравию — 6,7 тыс. т (8,6%), во Вьетнам — 1,1 тыс. т (1%). Доля экспорта в Абхазию, Бенин, Мон-



Фото: ОАО «ПТИЦЕФАБРИКА ЗЕЛЕНЦКАЯ»



Фото: АО «ПРОДО «ПТИЦЕФАБРИКА КАЛУЖСКАЯ»

голию, Объединенные Арабские Эмираты, Оман и Сербию окажется менее 1%.

Украина (Донецкая и Луганская народные республики) в 2020 г. закупит 18,2 тыс. т мяса птицы (40,3%), Казахстан — 17,2 тыс. т (38,1%), Киргизия — 3,6 тыс. т (7,9%). Доля экспорта мяса птицы в Армению, Азербайджан, Беларусь, Таджикистан и Узбекистан составит около 5%.

хих яичных продуктов — это государства дальнего зарубежья, куда ежегодно отправляют 155,8 млн яиц, или 62% от общего объема экспорта. В 2020 г. в Монголию будет поставлено 53,4 млн яиц (53,3%), в Объединенные Арабские Эмираты — 35,9 млн (37,2%), в Абхазию — 6 млн (6,2%). Доля экспорта пищевого яйца в Афганистан, Индию, Малайзию и другие азиатские страны составит менее 1%.

В условиях пандемии птицеводы смогли быстро перестроиться на выпуск продукции с учетом спроса на нее и значительно расширить ассортимент.

Ни одно предприятие сегодня не прекратило работу, а некоторые даже нарастили производство и успешно поставляют свою продукцию за рубеж.

В перечень поставляемой продукции входят части тушки (43%), тушка (21%) и субпродукты (36%) — куриные лапы, головы, желудки, печень и грудной хрящ. Сегодня ведется работа по получению доступа к рынкам Японии и по отмене ограничений на поставки российского мяса птицы в страны Евросоюза.

По данным Федеральной таможенной службы, крупнейшие покупатели российского пищевого яйца и су-

В страны СНГ и ЕАЭС в нынешнем году ввезут 59,2 млн яиц (38% от общего количества). Казахстан закупит 32 млн яиц (54,1%), Украина — 27 млн (45,5%), Беларусь — менее 1%.

Помимо пищевого яйца и мяса птицы российские предприятия экспортируют в государства ЕАЭС племенной материал, ветеринарные препараты, корма и кормовые добавки, оборудование для инкубаториев, убойных цехов и перерабатывающих заводов.

В январе 2020 г. была утверждена новая Доктрина продовольственной безопасности Российской Федерации. В доктрине определены направления, которые до того не рассматривали как приоритетные. В связи с этим перед птицеводами стоят следующие задачи:

- устойчивое развитие отрасли, предотвращение возникновения и распространения болезней в хозяйствах и совершенствование племенного дела;
- создание современной технической и методологической базы, улучшение лабораторной диагностики, техническая и технологическая модернизация предприятий, подготовка кадров и повышение квалификации специалистов;
- снижение зависимости от импорта (сокращение поставок племенного материала, лекарственных средств для ветеринарного применения, кормовых добавок, машин и оборудования для птицеводческих предприятий);
- интеграция и кооперация науки и производства, стратегическое взаимодействие в рамках ЕАЭС и СНГ, в том числе по вопросам продовольственной безопасности;
- расширение ассортимента продукции массового потребления, наращивание объемов выпуска сырья и продовольствия для формирования экспортного потенциала;
- создание новых технологий производства, переработки и хранения сельхозпродукции в соответствии с экологическими, санитарно-эпидемиологическими и ветеринарными требованиями.

В доктрине также предусмотрено формирование здорового типа питания. Необходимо увеличить ассортимент и объемы выпуска пищевой продукции массового потребления со «здоровыми» характеристиками, причем ее производство должно подкрепляться покупательской способностью потребителей. Благодаря этому продукция птицеводства станет экономически доступной для всех слоев населения.

Реализация поставленных задач позволит отечественным птицеводческим предприятиям обеспечить россиян полноценным белком животного происхождения, насытить рынок качественной продукцией, войти в число крупнейших производителей яйца и мяса птицы и тем самым укрепить свои позиции на внутреннем и мировом рынках. **ЖР**