

УДК 338.433

Н. Н. БАТОВА

РАЗВИТИЕ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ НА РЫНКАХ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО СЫРЬЯ И ПРОДОВОЛЬСТВИЯ

Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси

(Поступила в редакцию 23.12.2009)

Конкуренция является одной из ключевых категорий рыночной экономики, без нее нельзя дать адекватную оценку состояния отрасли, любой сферы экономической деятельности, в том числе и аграрной. Повышение конкурентоспособности сельскохозяйственного сырья и продовольствия может быть обеспечено только при формировании среды, стимулирующей внедрение достижений науки и техники на основе ресурсосберегающих технологий.

Структурно конкурентная среда представляет собой совокупность различных рыночных элементов, находящихся во взаимосвязи, взаимозависимости и постоянном взаимодействии. С одной стороны, организации, работающие на рынке, способствуют формированию и изменению среды, с другой – среда оказывает влияние на поведение каждого участника рынка.

Различия на отраслевых рынках и сегментах в уровне развития конкурентной среды, степени концентрации продавцов и покупателей являются доминирующим условием выбора стратегии развития товаропроизводителей и определяют их поведение в вопросах ценовой и инвестиционной политики.

На рынках сельскохозяйственного сырья и продовольствия могут действовать как традиционные формы конкуренции, присущие развитой рыночной экономике, – ценовая и неценовая конкуренция (дифференциация товара, реклама, упаковка; активные методы стимулирования сбыта, создание имиджа товара), так и новые ее проявления (создание стратегических альянсов, различного рода соглашений и др.). Большое значение имеют такие факторы конкуренции и монопольной власти, как эластичность и направления изменения спроса на продовольствие, масштабы и формы вертикальной интеграции и кооперации, динамика и структура внешней торговли, уровень развития инфраструктуры. Такие меры государственного регулирования, как налоговая, кредитная, внешнеторговая политика, также существенным образом меняют структуру рынка и влияют на стратегии предприятий.

Масштабы и динамика конкурентной среды во многом зависят от наличия барьеров (факторов объективного или субъективного характера, из-за которых новым организациям трудно, а подчас и невозможно начать работать в выбранной отрасли) на пути производства и реализации сельскохозяйственного сырья и продовольствия: экономических, организационных, административных и др.

Основными экономическими барьерами для создания нового производства и достижения преимуществ над конкурентами в агропродовольственной сфере являются следующие: ограниченная емкость рынка; недостаточный платежеспособный спрос; эффект масштаба (необходимо сразу выходить на большие объемы, чтобы быть конкурентоспособным), потребность в значительных земельных, материальных и финансовых ресурсах; специфические отраслевые преимущества действующих производителей (выгодные природные и географические условия); доминирующее положение ряда предприятий по переработке продукции; низкая рентабельность и значительный финансовый риск производства сельскохозяйственной продукции; государственная политика регулирования в отношении данной отрасли.

Организационным барьером выступает неразвитость рыночно-сбытовой инфраструктуры. Как отмечает В. Г. Гусаков, отсутствие или недостаток хранилищ, складов, пунктов первичной переработки требует присутствия дополнительных посреднических структур и приводит к неоправданной конкуренции между субъектами рынка; недопустимо медленно формируется внешняя торгово-сбытовая инфраструктура, особенно за рубежом в наиболее привлекательных и перспективных регионах [1, 2].

Нередко продукция, произведенная в одних областях, не может быть вывезена и реализована в других по причине контроля процессов торговли региональными (областными) управленческими органами и контроля источников формирования местных бюджетов (административный барьер).

Наличие конкуренции и конкурентной среды на рынках сельскохозяйственного сырья и продовольствия является предпосылкой рационального использования ресурсного потенциала, создания национального богатства при относительно низких издержках производства, а ее мониторинг относится к числу стратегических задач развития экономики.

Один из основных критериев эффективности формирования рынка продовольствия – уровень потребления важнейших продуктов питания. Так, в Республике Беларусь среднегодовое потребление продуктов питания в 2005–2007 гг. стабильно находилось на уровне 3100 ккал при некотором совершенствовании структуры. Относительно принятых медицинских норм по видам продукции оно составляет: мясо – 86%, молоко – 59, яйца – 94, рыба – 92, сахар – 103, растительное масло – 120, овощи – 114, плоды – 73, картофель – 111, хлеб – 89% (рис. 1).

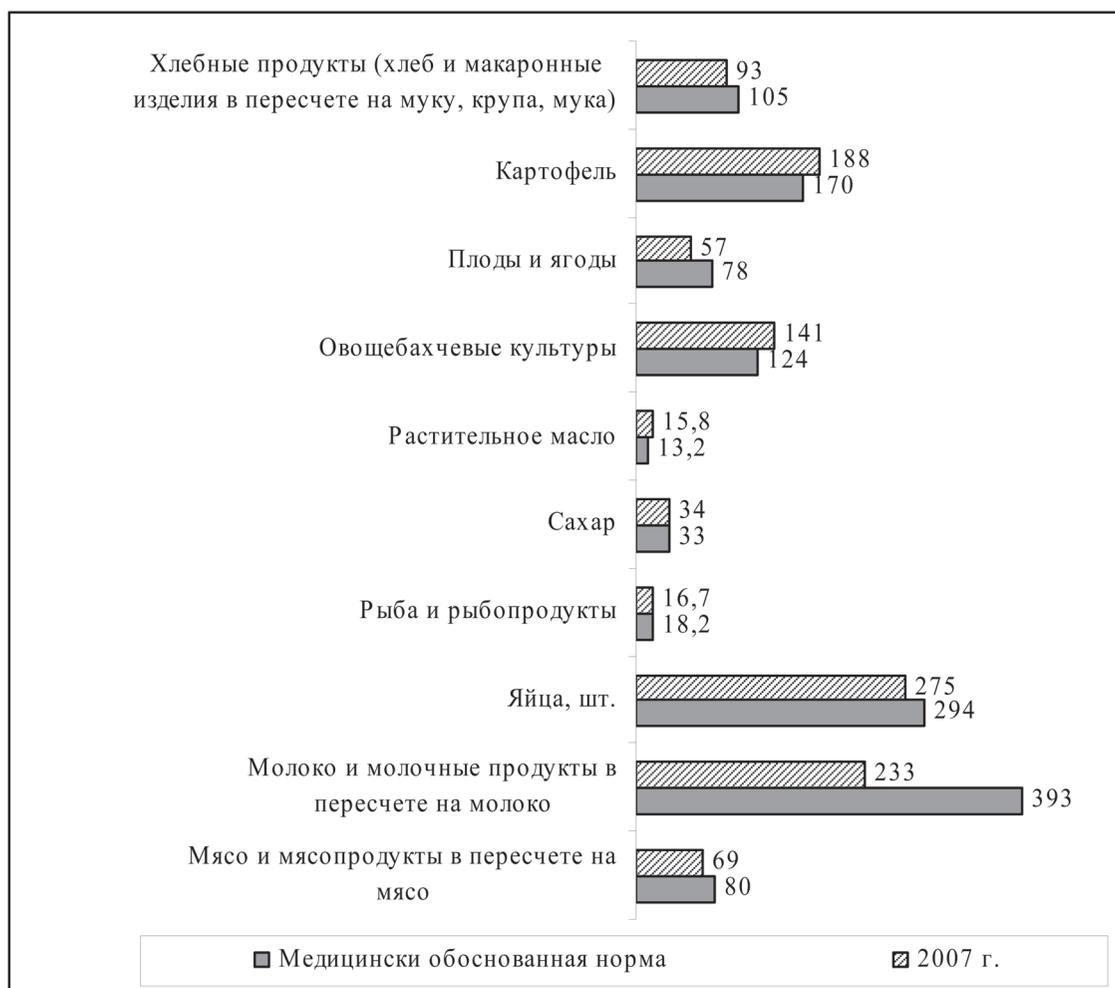


Рис. 1. Потребление основных продуктов питания в Республике Беларусь на душу населения в год, кг

Высокая степень переработки, разнообразный ассортимент по приемлемым ценам способствовали расширению емкости внутреннего рынка, повышению качества рациона и росту потребления. Картофель, хлеб и сахар в республике традиционно потребляются на уровне медицинских норм. Однако наблюдается негативная тенденция в потреблении молока. При достаточности объемов молочных продуктов на рынке и доступности их по цене для всех социальных групп молока потребляется недостаточно, что вызвано не дефицитом и не ценой, а изменением потребительских предпочтений в сторону увеличения агрессивно рекламируемых соков и напитков. Преодоление тенденции, отмечает З. М. Ильина, требует разъяснительной работы, пропаганды здорового питания и действенной рекламы [3, с. 152–166].

Формирование рынка продовольственных товаров происходит в условиях, которые связаны с особенностями развития сельскохозяйственного производства. Анализируя современные тенденции развития АПК, следует отметить, что агропромышленное производство обеспечивает продовольственную безопасность. Приближаясь к оптимальному уровню, оно возросло почти в полтора раза по сравнению с 90-ми гг. прошлого столетия. Динамично развивается сельское хозяйство и перерабатывающая промышленность, постоянно увеличивается производство продукции на душу населения [5].

Продовольственная безопасность не может быть достигнута при ориентации исключительно на собственное производство. Оптимизация ее уровня предполагает развитие внешнеторговых отношений при достаточной конкурентоспособности продукции. Баланс продовольственных ресурсов, достаточных для продовольственной безопасности и оптимального экспорта, в энергетических единицах по направлениям их формирования и расхода должен находиться в следующих пределах: собственное производство – 80–85%, импорт – 15–20% и экспорт – 15–20% [4].

Наращивание производства в республике и повышение конкурентоспособности сельскохозяйственного сырья и продовольствия позволило не только стабилизировать внутренний продовольственный рынок (доля импортных товаров в структуре потребляемого продовольствия не превышает 20%, причем основная часть приходится на рыбу и тропические продукты), но и существенно – почти до 2 млрд долларов США (в четыре раза по сравнению с 2000 г.) – увеличить экспортные поставки.

Объемы сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия в республике в объемах и ассортименте, соответствующих платежеспособному спросу, достаточны для бесперебойного поступления в места потребления, что дает основу для развития конкурентной среды, которая постоянно меняется под воздействием микро- и макроэкономических условий.

Формирование конкурентной среды рассматривается по двум направлениям: территориальному и специализированному. Определяющим при характеристике субъектов по территориальному признаку являются естественно-экономические условия, которые оказывают влияние на продуктивность, издержки, объем продаж, направление деятельности. На специализированном рынке основным критерием может быть принята рыночная доля, занимаемая отдельным субъектом.

Концентрация на товарных рынках (в отраслях) определяется с помощью специальных коэффициентов – *CR3* и *HHI*.

Коэффициент концентрации (*CR3*) определяется суммой долей на товарном рынке трех крупнейших хозяйствующих субъектов (формула (1)), а *HHI* (индекс Герфиндаля–Гершмана) рассчитывается как сумма квадратов долей всех действующих на рынке поставщиков (формула (2)):

$$CR3 = \sum_{i=1}^n S_i, \quad (1)$$

$$HHI = \sum_{i=1}^n S_i^2, \quad (2)$$

где S_i – доля i -го поставщика в объеме товарной продукции на рынке (для *CR3* трех крупнейших поставщиков).

Следует подчеркнуть, что применение этих показателей концентрации производства в отраслевом разрезе дает определенные погрешности, связанные с учетом непрофильной продукции

в общих объемах производства. С этой точки зрения более адекватное состояние концентрации производства эти коэффициенты отражают в разрезе отдельных продуктов.

Уровень концентрации влияет на склонность организаций к соперничеству или сотрудничеству: чем меньше организаций действует на рынке, тем легче им осознать взаимную зависимость друг от друга и тем скорее они пойдут на сотрудничество. Таким образом, можно предположить, что чем выше уровень концентрации, тем менее конкурентным будет рынок.

Производство сельскохозяйственной продукции в республике рассредоточено в большом количестве различных организационно-правовых форм предприятий, и ни одно из них не имеет определяющей роли на рынке.

Проведенный анализ организационной структуры сельского хозяйства показывает, что в последние годы происходит оптимизация численности и организационных форм хозяйствующих субъектов крупнотоварного сектора (2000 г. – 2457 организаций; 2007 г. – 1548). За период 2000–2007 гг. произошла реорганизация колхозов, общее количество которых в 2000 г. составляло 1720 (70% от общей численности хозяйствующих субъектов), в 2007 г. – 15 (0,97%), т. е. увеличился удельный вес кооперативов, открытых акционерных обществ, республиканских унитарных организаций. Однако пропорционального развития производства в крупнотоварном секторе и личных подсобных хозяйствах граждан достичь не удалось. В 2007 г. удельный вес крупнотоварного сектора в объеме производства по сравнению с 2000 г. увеличился на 10,27% и составил 59,48%, из них 31,48% кооперативы. Сократилось количество хозяйств населения (на 410 тыс. ед.) и крестьянских (фермерских) хозяйств (на 521) при увеличении удельного веса в объеме производства до 33,5 и 0,64% соответственно.

Практически для всех перерабатывающих предприятий характерно доминирование по потреблению сырья – все являются монополистами, обслуживая сельскохозяйственных производителей ближайших территорий.

Расчет и сопоставление количественных показателей, характеризующих степень концентрации на рынках продовольствия, позволили провести группировку рынков продукции пищевой промышленности в зависимости от степени концентрации производств (табл. 1). Конкурентная среда на исследуемых рынках продовольственных товаров за период 2005–2007 гг. не претерпела значительных изменений. Высококонцентрированными рынками ($CR3 \geq 70\%$; $HHI > 2000$) являются рынки макаронных изделий, плодоовощных, молочных и мясных консервов. Рынки таких продуктов, как пельмени, сыры плавленые, сухое цельное молоко, являются умеренно концентрированными. Низкой концентрацией ($CR3 \leq 45\%$; $HHI < 1000$) на протяжении исследуемого периода отличаются рынки мясной (мясо и субпродукты I категории, колбасные изделия) и молочной (молоко цельное, кисломолочная продукция, сыры жирные, масло сливочное, творог) продукции. За исследуемый период наблюдается увеличение производителей на рынках мороженого и полуфабрикатов мясных натуральных, что вызвало изменение типов рынка данных видов продукции от высокой до умеренной концентрации и с умеренной до низкой концентрации соответственно.

Для уточнения степени неравенства между товаропроизводителями на рынках с высокой и умеренной концентрацией нами использован Индекс Линда (IL), который отражает различия между крупнейшими производителями.

Для двух крупнейших хозяйствующих субъектов IL будет равен процентному отношению их рыночных долей:

$$IL = (k_1/k_2) \cdot 100\%. \quad (3)$$

Для трех хозяйствующих субъектов IL определяется арифметической средней двух соотношений:

а) соотношения между долей крупнейшей фирмы и арифметической средней долей второй и третьей по размерам фирм;

б) соотношения между средней арифметической долей двух крупнейших фирм и доли третьей по размерам фирмы:

$$IL = S[k_1/2(k_1 + k_3) + (k_1 + k_2)/2k_3]. \quad (4)$$

**Т а б л и ц а 1. Группировка рынков продовольственных товаров Республики Беларусь
в зависимости от степени концентрации**

Тип рынков по степени концентрации	2005 г.	2006 г.	2007 г.
Высококонцентрированные рынки (монопольные), $CR3 \geq 70\%$; $HNI > 2000$	Макаронные изделия	Макаронные изделия	Макаронные изделия
	Консервы плодоовощные	Консервы плодоовощные	Консервы плодоовощные
	Консервы молочные	Консервы молочные	Консервы молочные
	Консервы мясные и мясорастительные	Консервы мясные и мясорастительные	Консервы мясные и мясорастительные
Умеренно концентрированные рынки (олигопольные), $45\% < CR3 < 70\%$; $1000 < HNI < 2000$	Полуфабрикаты мясные натуральные	Полуфабрикаты мясные натуральные	Пельмени
	Пельмени	Пельмени	
	Сыры плавленые	Сыры плавленые	Сыры плавленые
	Сухое молоко цельное	Сухое молоко цельное	Сухое молоко цельное
Низкоконцентрированные рынки (конкурентные), $CR3 \leq 45\%$; $HNI < 1000$	Мороженое	Мороженое	Мороженое
	Мясо и субпродукты I категории	Мясо и субпродукты I категории	Мясо и субпродукты I категории
	Колбасные изделия	Колбасные изделия	Колбасные изделия
	Жир пищевой топленый	Жир пищевой топленый	Жир пищевой топленый
	Молоко цельное	Молоко цельное	Молоко цельное
	Кисломолочная продукция	Кисломолочная продукция	Кисломолочная продукция
	Сыры жирные	Сыры жирные	Сыры жирные
	Масло сливочное	Масло сливочное	Масло сливочное
Творог	Творог	Творог	
			Полуфабрикаты мясные натуральные

П р и м е ч а н и е. Расчет проведен по данным годовых отчетов перерабатывающих предприятий Республики Беларусь без учета доли рынка, покрываемой за счет импорта. То же для табл. 2.

Т а б л и ц а 2. Расчет индекса Линда для отдельных товарных рынков с высокой и умеренной концентрацией, 2007 г.

Вид продукции	Крупнейший производитель, доля в общем объеме производства	Индекс Линда		
		для двух крупнейших хозяйствующих субъектов	для трех крупнейших хозяйствующих субъектов	для четырех крупнейших хозяйствующих субъектов
Консервы:				
плодоовощные	МОУП «Борисовский консервный завод», 70,1%	365	1392	586
молочные	ОАО «Рогачевский молочно-консервный комбинат», 54,6%	152	965	373
мясные и мясорастительные	ОАО «Оршанский мясоконсервный комбинат», 42,1%	112	889	267
Пельмени	ОАО «Волковьский мясокомбинат», 31,3%	297	421	144
Сыры плавленые	ОАО «Гормолзавод № 2», 25,4%	134	462	261
Сухое цельное молоко	ОАО «Лидский молочно-консервный комбинат», 28,4%	159	491	265
Мороженое	ОАО «Молочный мир», 19,0%	123	277	156

Индекс Линда рассчитывается до тех пор, пока $L_{k+1} > L_k$, т. е. не будет получено первое нарушение непрерывности показателя L (на исследуемых рынках это произошло при $k = 3$).

Установлено, что в 2007 г. на рынках с высокой концентрацией доля крупнейшего производителя превышала 40%, в том числе на рынке консервов мясных и мясорастительных – 42,1% (ОАО «Оршанский мясоконсервный комбинат»), молочных – 54,6% (ОАО «Рогачевский молочно-

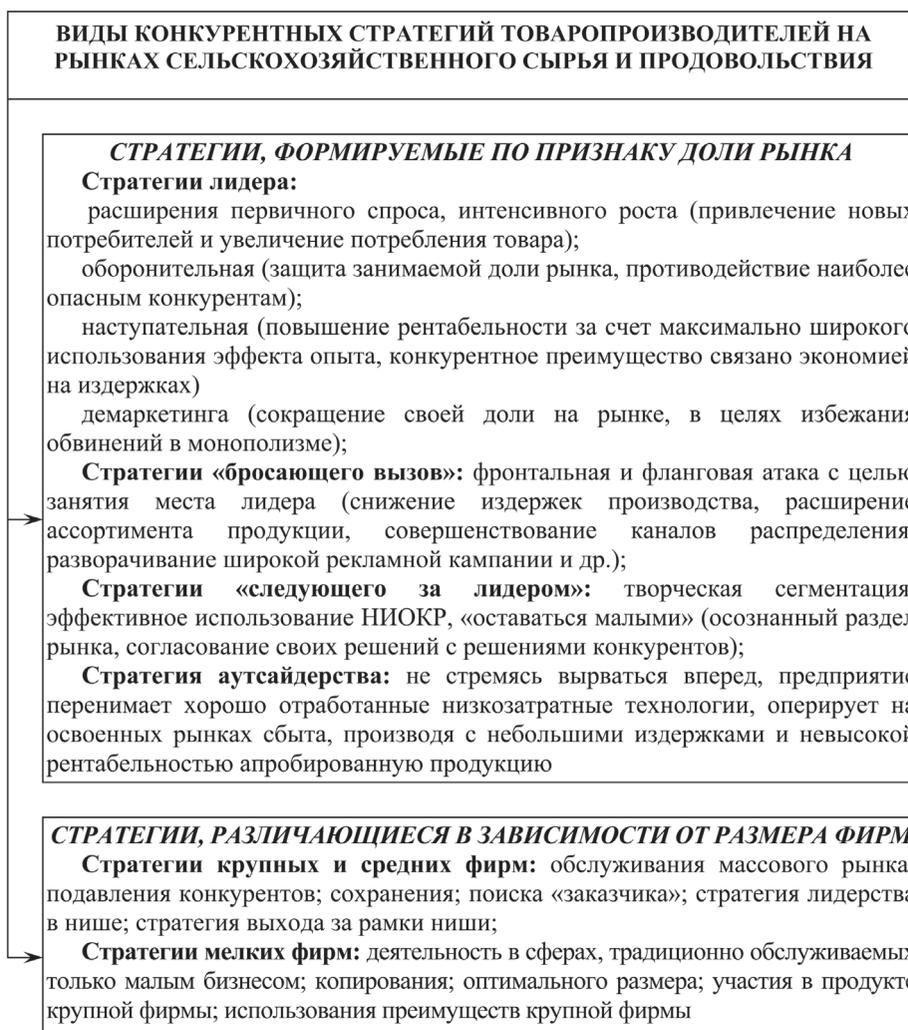


Рис. 2. Классификация конкурентных стратегий товаропроизводителей на рынках сельскохозяйственного сырья и продовольствия

консервный комбинат»), плодоовощных – 70,1% (МОУП «Борисовский консервный завод»). Индекс Линда, рассчитанный для трех крупнейших хозяйствующих субъектов составил 889, 965 и 1392% соответственно. Так, ОАО «БОРИМАК» выступает монополистом на рынке макаронных изделий отечественного производства (табл. 2).

На рынках с умеренной концентрацией доля лидирующих предприятий в общем объеме производства также различается в зависимости от товарной группы: пельмени – 31,3% (ОАО «Волковысский мясокомбинат», $IL = 421\%$), сыры плавленые – 25,4% (ОАО «Гормолзавод № 2», $IL = 462\%$).

Доминирующее положение на рынке мороженого занимает ОАО «Молочный мир» – 19,0% ($IL = 277\%$), на рынке сухого цельного молока – ОАО «Лидский молочно-консервный комбинат» – 28,4% ($IL = 491\%$), рыночная доля которых по сравнению с 2005 г. увеличилась в 3,2 и 1,7 раза соответственно.

Состояние конкурентной среды является важной характеристикой товарного рынка, учитываемой всеми его субъектами при формировании стратегий развития. Нами разработана классификационная модель конкурентных стратегий хозяйствующих субъектов агропродовольственной сферы в зависимости от занимаемой доли рынка и размера предприятий (рис. 2).

Таким образом, конкурентные стратегии производителей сельскохозяйственного сырья и продовольствия в современных условиях хозяйствования должны не только исходить из задач

агрессивного захвата рынка, расширения его сегментов, подавления конкурентов, но и быть направлены на обеспечение организационно-экономической устойчивости развития в долгосрочном аспекте.

Литература

1. Г у с а к о в, В. Г. Как повысить конкурентоспособность и эффективность национального агропромышленного производства? / В. Г. Гусаков // Аграрная экономика. – 2007. – № 3. – С. 2–8.
2. Г у с а к о в, В. Г. Какой должна быть инфраструктура и стратегия инновационной экономики / В. Г. Гусаков // Наука и инновации. – 2006. – № 7. – С. 38–42.
3. И л ь и н а, З. М. Продовольственная безопасность: теория, методология, практика / З. М. Ильина. – Минск: ГНУ «Ин-т экономики НАН Беларуси», 2007. – 230 с.
4. Концепция национальной продовольственной безопасности Республики Беларусь / разр. В. И. Внучко [и др.]. – Минск: Ин-т аграрной экономики НАН Беларуси, 2004. – 96 с.
5. Продовольственная безопасность Республики Беларусь. Мониторинг–2007 / В. Г. Гусаков [и др.]. – Минск: Ин-т экономики НАН Беларуси, 2008. – 80 с.

N. N. BATOVA

DEVELOPMENT OF THE COMPETITIVE ENVIRONMENT IN THE MARKETS OF AGRICULTURAL RAW MATERIAL AND FOODSTUFFS

Summary

The problem of rise of competitiveness and development of the competitive environment is most urgent at the present stage of development of economy. In the article the existing economic, organizational and administrative barriers on the way of production and implementation of production are considered. The tendencies of creation of the food market of the Republic of Belarus and the features of creation of the competitive environment in the markets of agricultural raw material and foodstuffs are observed. The classification model of the competitive strategies of the managing subjects of an orb is presented depending on a taken share of the market and size of firms.