

Перспективные направления рыночной экспансии для брянских производителей картофеля

© 2014 Войтова Надежда Александровна

Брянская государственная сельскохозяйственная академия

© 2014 Ожерельев Виктор Николаевич

доктор сельскохозяйственных наук, профессор

Брянский филиал Московского государственного университета
путей сообщения

241020, г. Брянск, ул. Дзержинского, д. 47

© 2014 Ожерельева Марина Викторовна

доктор экономических наук

Брянский филиал Финансового университета
при Правительстве Российской Федерации

241050, г. Брянск, ул. Дуки, д. 61

© 2014 Добродей Оксана Леонидовна

Брянская государственная сельскохозяйственная академия

243365, Брянская обл., Выгоничский р-н, с. Кокино, ул. Советская, д. 2а

E-mail: voytova.nady@yandex.ru

Исследованы основные аспекты рыночной экспансии; приведены факторы, оказывающие влияние на данный процесс. Определены наиболее перспективные направления рыночной экспансии для брянских производителей картофеля.

Ключевые слова: рыночная экспансия, конкуренция, зона товарного доминирования, картофель.

В условиях становления национального рынка продовольствия усиливается значимость межрегиональной конкуренции. В связи с этим как регион, так и отдельный производитель должны оценивать при перспективном бизнес-планировании потенциальный объем той части национального рынка продовольствия, на которую они имеют реальные основания претендовать.

Известно, что главным условием конкурентоспособности на рынке является более низкая себестоимость производства любой продукции, в том числе и картофеля, выращиваемого в нашей стране повсеместно, за исключением районов Крайнего Севера. Разнообразие природно-климатических и социально-экономических условий определяет межрегиональную дифференциацию параметров технологии выращивания, сортов, урожайности и в конечном итоге себестоимости производства¹.

В последние годы усилилась дифференциация регионов и по объемам инвестиций в картофелеводство, и по достигнутым результатам. При этом в число лидеров по большинству параметров (урожайность, динамика ее роста, доля хозяйств товарного сектора в валовом объеме производства и т.д.) вышла Брянская область².

В связи с заметными изменениями, произошедшими за последние пять лет как в структуре затрат на производство картофеля, так и в макроэкономических характеристиках регионов, сведения, касающиеся межрегиональной дифференциации себестоимости его производства, изложенные в³, требовали существенной корректировки. Поэтому мы выполнили уточненный расчет, адаптированный к ситуации, характерной для 2013 г. (табл. 1).

Результаты расчета, приведенные в таблице, свидетельствуют о том, что в принципе не менее 15 регионов могут претендовать на большую или меньшую долю рынка картофеля европейской части России. Действительно, разница в себестоимости производства в них по сравнению с лидером не превышает 30 %, тогда как стоимость перевозки (например, от Брянска до Мурманска) может достигать порядка 100 000 руб. в пересчете на 1 еврофуру грузоподъемностью 20 т. При отпускной цене, уменьшающейся в фермерских хозяйствах Брянской области в урожайный год до 5 руб./кг, цена картофеля в Мурманске, как минимум, должна удвоиться.

В данной связи целесообразно установить пределы, за которыми (с учетом затрат на транс-

Таблица 1. Прогнозируемая себестоимость производства картофеля в регионах европейской части России $C_{кар}^i$ относительных единиц

Регион	$C_{кар}^i$	Регион	$C_{кар}^i$	Регион	$C_{кар}^i$
Минимальная себестоимость					
1. Брянская обл.	1,0				
На 7-10 % выше минимальной					
2. Костромская обл.	1,073	3. Татарстан	1,090	4. Чувашия	1,093
На 20-30 % выше минимальной					
5. Ленинградская обл.	1,204	6. Самарская обл.	1,209	7. Калужская обл.	1,245
8. Тульская обл.	1,246	9. Курская обл.	1,258	10. Саратовская обл.	1,265
11. Марий Эл	1,267	12. Пермский край	1,28	13. Рязанская обл.	1,286
14. Ярославская обл.	1,286	15. Удмуртия	1,289		
На 30-50 % выше минимальной					
16. Ивановская обл.	1,306	17. Кировская обл.	1,323	18. Орловская обл.	1,342
19. Оренбургская обл.	1,371	20. Владимирская обл.	1,374	21. Нижегородская обл.	1,376
22. Тверская обл.	1,411	23. Новгородская обл.	1,413	24. Вологодская обл.	1,415
25. Московская обл.	1,475	26. Тамбовская обл.	1,481	27. Башкирия	1,487
28. Липецкая обл.	1,489	29. Мордовия	1,496	30. Смоленская обл.	1,499
Более чем в 1,5 раза выше минимальной					
31. Воронежская обл.	1,539	32. Пензенская обл.	1,561	33. Псковская обл.	1,635
34. Волгоградская обл.	1,708	35. Ростовская обл.	1,94	36. Ульяновская обл.	
37. Белгородская обл.	2,042				

портировку) брянский картофель может оказаться неконкурентоспособным. Другими словами, следует ограничить территорию, на которой он должен обладать безусловными конкурентными преимуществами как по сравнению с местной продукцией, так и по сравнению с картофелем, доставленным из конкурирующих с Брянской областью регионов. Ограниченную таким образом территорию принято называть зоной товарного доминирования (конкретного региона или производителя)⁴.

Поставленная проблема выходит за пределы решения традиционной “транспортной задачи”, оптимизирующей логистическую и дистрибутивную сеть промышленной компании⁵. Ситуация, в частности, осложняется тем, что производство картофеля рассредоточено практически по всей территории страны, что существенно отличает ситуацию от локального размещения промышленных предприятий. Однако она отличается и от решения “транспортной задачи”, решаемой при оптимизации размещения в сырьевой зоне предприятия, перерабатывающего сельскохозяйственную продукцию⁶.

В свете сказанного будем считать, что сельскохозяйственные предприятия, производящие картофель, случайным образом размещены на расчетной территории, ограниченной на севере широтой Санкт-Петербурга, на юге - широтой Волгограда, на востоке - меридианом Уфы, а на западе - государственной границей (см. рисунок). Для удобства расчета разобьем ее на 430 одинаковых расчетных участков размером

60x70 км и пронумеруем их от 1 до 28 с запада на восток и от 1 до 20 с юга на север. Таким образом, каждый прямоугольный участок на рисунке включает четыре расчетных участка.

Для определения конфигурации зоны товарного доминирования следует оценить конкурентоспособность ($ДЦ_j$) предприятия (региона) на всех расчетных участках территории по сравнению со всеми потенциальными конкурентами по формуле

$$ДЦ_j = П_{ji} - П_{j0}, \quad (1)$$

где $П_{j0}$ - прогнозируемая цена продукции из базовой (нулевой) точки на рынке j -го участка, относительных единиц;

$П_{ji}$ - прогнозируемая цена продукции из i -го участка на рынке j -го участка, относительных единиц.

Прогнозируемая цена определяется на основании расчетной себестоимости производства картофеля (см. табл. 1) с учетом минимально приемлемого уровня рентабельности (20 %) и логистических издержек.

$$П_{ij} = (1,2C_{кар}^i + f(S_{ij}))_j, \quad (2)$$

где $C_{кар}^i$ - прогнозируемая (расчетная) себестоимость производства картофеля на i -м расчетном участке;

S_{ij} - расстояние перевозки между i -м и j -м участками.

Расстояние перевозки зависит как от взаимного расположения участков, так и от конфигурации дорожной сети. Для унификации расче-

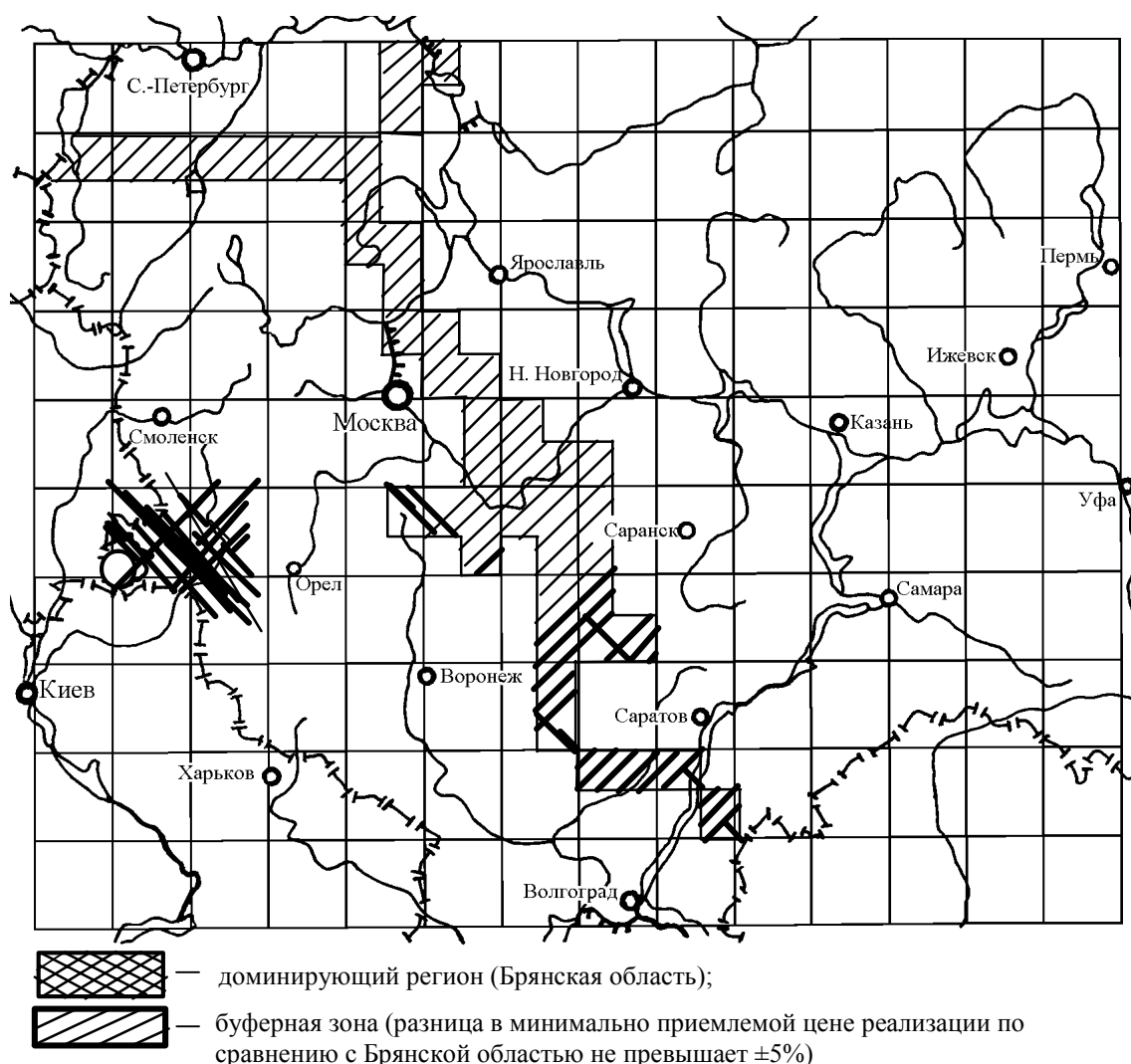


Рис. Зона товарного доминирования для Брянской области по свежему картофелю, поставляемому непосредственно от его производителей без переработки и дополнительной товарной обработки

тов кратчайшее расстояние между участками увеличим на 20 % в связи с удлинением дороги при ее прохождении на местности. То есть

$$S_{ij} = 1,2 \cdot \sqrt{(60 \cdot (x_j - x_i))^2 + (70 \cdot (y_j - y_i))^2}, \quad (3)$$

где x_i и x_j - номер i -го и j -го расчетных участков, соответственно, по горизонтали;

y_i и y_j - номер i -го и j -го расчетных участков, соответственно, по вертикали.

Производители картофеля, сориентированные на рынки других регионов, не имеют возможности вывозить картофель своим транспортом. В сезон уборки эту операцию, как правило, выполняют большегрузные автомобили различных транспортных компаний. В данной связи транспортный тариф унифицирован рыночной конкуренцией между перевозчиками. При этом (по данным транспортных фирм) между расстоянием и стоимостью перевозки существует не-

линейная зависимость. То есть стоимость километра пути (t_{ij}) уменьшается по мере роста расстояния перевозки (4):

$$t_{ij} = 0,322S_{ij}^2 - 8,595S_{ij} + 93,829, \quad (4)$$

где S_{ij} - расстояние перевозки, сотен километров.

Полученная зависимость адекватно отражает ситуацию на рынке грузоперевозок, поскольку $R^2 = 0,6036$. Таким образом, для оценки затрат на перевозку картофеля до конкретного расчетного участка достаточно перемножить t_{ij} и S_{ij} (S_{ij} - в километрах).

Подстановка полученных зависимостей в формулы 1 и 2 позволяет получить окончательную расчетную формулу, которую мы здесь не приводим ввиду ее громоздкости. Следует отметить, что транспортный тариф, полученный при расчете по соответствующим формулам, относится ко всему объему груза, поэтому результат необ-

Таблица 2. Результаты оценки конкурентоспособности брянского картофеля на рынках некоторых крупных городов европейской части России

Город	Превышение цены брянского картофеля, раз	Расстояние перевозки, км	Стоимость транспортировки 1 фуры, руб.	Минимальная приемлемая цена картофеля на рынке соответствующего города, руб./кг		ΔC_j	
				брянского	местного	руб.	%
1. Курск	1,258	300	21283	5,864	6,262	0,4	6,8
2. Калуга	1,245	280	20241	5,81	6,2	0,39	6,7
3. Орел	1,342	160	15000	5,55	6,666	1,12	20,1
4. Тула	1,246	360	24142	6,01	6,2	0,19	3,2
5. Смоленск	1,499	320	22279	5,914	7,419	1,5	25,5
6. С.-Петербург	1,204	1100	46000	7,1	6,207	-0,89	-12,5
7. Москва	1,475	400	23000	5,95	7,508	1,56	26,2
8. Рязань	1,286	560	30000	6,3	6,4	0,1	1,6
9. Псков	1,635	750	35609	6,58	8,07	1,49	22,6

ходимо поделить на его полную стоимость. Поскольку отпускная цена должна учитывать минимальный уровень рентабельности для производителя, в наиболее урожайный год стоимость картофеля в еврофуре составляет 96 000 руб.

Кроме того, массовые поставки картофеля осуществляются, как правило, через посреднические оптовые фирмы, которые производят свою наценку на поставляемую продукцию, в связи с чем целесообразно увеличить расчетные результаты (как C_p , так и C_r) еще на 20 %.

Приведенная выше методика расчета позволила нам оценить конкурентные позиции на рынке свежего картофеля для сельскохозяйственных предприятий Брянской области. В качестве базовой точки для расчета был принят участок с нумерацией 4-9 (по горизонтали и вертикали, соответственно), ограниченный на местности городами Стародуб, Почеп, Унеча и Трубчевск. В этой зоне сосредоточены наиболее успешные производители картофеля Брянской области и выращивается более половины от областного объема его производства.

В результате получена конфигурация зоны товарного доминирования для картофеля, произведенного в Брянской области (см. рисунок). От остальной территории европейской части России она отделена буферной зоной (наклонная штриховка), в которой величина ΔC_j не превышает $\pm 5\%$. С учетом неизбежных в расчетах такого рода ошибок (в связи с неточностью исходных данных и огрублением результатов) можно считать, что в буферной зоне достоверным конкурентным преимуществом не обладают ни брянский картофель, ни его конкуренты из других регионов.

Для того чтобы проверить достоверность расчетов, выполненных по формуле (1), был проведен дополнительный расчет величины ΔC_j для нескольких крупных городов с учетом точного расстояния перевозки, полученного по карте автомобильных дорог. При этом расстояние перевозки брянского картофеля назначалось не от областного центра, а непосредственно от районов его массового производства. Кроме того, в качестве конкурентов принимались местные сельскохозяйственные предприятия, расположенные в радиусе 50 км от соответствующего областного центра, а для Москвы и Санкт-Петербурга радиус перевозки был увеличен до 100 км ввиду несопоставимо большего масштаба рынка. Результаты расчета приведены в табл. 2.

В целом результаты расчетов корреспондируют между собой. Действительно, в Рязанской и Тульской областях у брянского картофеля нет достоверного конкурентного преимущества. Что касается Калужской и Курской областей, то преимущества минимальные и при торговле местными производителями картофелем с машин, практикуемой осенью, положение выравнивается, так как для местных производителей исключается посредник.

Иная ситуация складывается в отношении Орла. Преимущества настолько существенны, что в 2013 г. в этот город начали осуществлять массовые поставки картофеля из Брянской области, что еще раз подтверждает адекватность методики расчета.

Несмотря на наличие заметных конкурентных преимуществ на местном рынке у производителей картофеля из Ленинградской области, поставки брянского картофеля в Санкт-Петербург

бург также носят массовый характер. Это обусловлено ограниченностью в области площади земель сельскохозяйственного назначения, приемлемых для выращивания картофеля по индустриальным технологиям, при стремительном росте его населения. В основном картофелеводство (21,4 тыс. га) сосредоточено в пригородной зоне и на юго-западе области. Что касается других территорий, то переувлажнение почвы в осенний период (например, в районе Тихвина) часто достигает такой степени, что уборка возможна только вручную. Таким образом, хотя Ленинградская область (по формальным признакам) и оказалась за пределами расчетной зоны товарного доминирования, рынок Санкт-Петербурга для брянского картофеля продолжает оставаться доступным.

На рынке Москвы позиции брянского картофеля являются наиболее предпочтительными. Во всяком случае, фора порядка 10 % имеется как по отношению к областям дальнего Подмосковья, так и по отношению к наиболее успешным регионам Поволжья. Понятно, что наиболее успешные производители из конкурирующих регионов смогут противостоять на этом рынке товарной экспансии брянских производителей, но в долгосрочной перспективе (при кризисе перепроизводства) 10 % преимущества могут стать решающими для судьбы бизнеса. С другой стороны, мы не можем прогнозировать изменения как стоимости перевозок, так и структуры затрат на производство картофеля, которые могут произойти в течение ближайших 5-10 лет. Так что ориентироваться следует на одновременное присутствие в ближайшие годы на московском рынке продовольствия картофеля из нескольких регионов с уверенным доминированием на нем брянских производителей.

Южное направление товарной экспансии для брянского картофеля также перспективно (см. рисунок). Это подтверждается тем, что значительное число брянских фермеров много лет успешно поставляют картофель в Ростов-на-Дону и в Дагестан. Вырастить в этих регионах приемлемый урожай местного картофеля можно толь-

ко при использовании искусственного орошения, что негативно отражается на его себестоимости. Таким образом, за регионами Южного и Северо-Кавказского федеральных округов должна остаться рыночная ниша летнего картофеля, что обусловлено их непреодолимыми (для производителей Брянской области) климатическими преимуществами. Закупочная цена в 15-20 руб./кг вполне оправдывает и затраты на орошение, и тариф на перевозку до Москвы.

Что касается регионов Крайнего Севера, то по мере роста расстояния затраты на перевозку из разных регионов нивелируются, в связи с чем первостепенное значение приобретает себестоимость производства. То есть для брянского картофеля этот рынок также приемлем и доступен, о чем свидетельствуют его массовые поставки фермерами в Мурманск.

Таким образом, рынок сбыта для брянского картофеля имеет тенденцию к расширению, в связи с чем перспективным является дальнейшее увеличение объема его производства в товарных хозяйствах индустриального типа (фермерских и предприятиях других организационно-правовых форм) и формирование в Брянской области специализированного картофельного кластера.

¹ См.: Регионы России, социально-экономические показатели: 2012 : стат. сб. / Росстат. М., 2012; Ожерельева М.В. Конкурентоспособность региональных АПК: теория и практика выбора специализации. М., 2007.

² Ожерельев В.Н., Ожерельева М.В., Войтова Н.А. Условия обеспечения конкурентоспособности региона на рынке картофеля // Междунар. техн.-экон. журн. 2013. № 4. С. 5-10.

³ Ожерельева М.В. Конкурентоспособность...

⁴ Ожерельева М.В. Экономические основы эффективного ягодоводства. Брянск, 2007.

⁵ Сергеев В.И., Кизим А.А., Эльяшевич П.А. Глобальные логистические системы : учеб. пособие / под общ. ред. В.И. Сергеева. СПб., 2001.

⁶ Durham C.A., Sexton R.J., Joo Ho Song. Transportation and marketing efficiency in the California processing tomato industry. Berkley (Calif.), 1995. VI.

Поступила в редакцию 06.05.2014 г.