

УДК 338.4: 339.137.22(470.333)

КОНКУРЕНТНЫЕ ОТНОШЕНИЯ НА РЫНКЕ КАРТОФЕЛЯ БРЯНСКОЙ ОБЛАСТИ

В.Е. Жуков

ПАО «ЈТІ»

Конкурентные отношения по мере насыщения регионального агропродовольственного рынка картофеля Брянской области становятся более сложными. Сельскохозяйственные производители «второго хлеба» задействуют широкий арсенал производственно-технологических, организационных и маркетинговых инструментов для завоевания большей доли рынка. В этих условиях происходит формирование современной институциональной модели (структуры) функционирования картофелепродуктового подкомплекса АПК региона.

Ключевые слова: конкурентные отношения, рынок картофеля, факторы конкуренции, сельское хозяйство, Брянская область, агропромышленный комплекс.

Агроклиматические условия, наиболее благоприятные для возделывания и получения высокого урожая картофеля, обусловили устойчивую специализацию Брянской области на производстве и переработке «второго хлеба». На 1 января 2016 г. в отрасли было зарегистрировано 150 товаропроизводителей всех категорий (сельхозорганизации, фермерские хозяйства, индивидуальные предприниматели), а также 550 личных подсобных хозяйств, занимающихся выращиванием картофеля на продажу. Этот сектор АПК региона и потребительского рынка успешно развивается (табл. 1) [1].

Таблица 1 - Развитие отрасли картофелеводства Брянской области

Показатели	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2016 г. в % к 2012 г.
Посевная площадь, га	22832,3	23931,0	24025,2	25513,3	58300,0	в 2,6 р.
Валовой сбор, тыс. т	495,8	457,3	609,4	745,8	1153,0	в 2,3 р.
Урожайность, ц/га	247,2	252,1	256,7	294,9	265,0	107,2

Собранные сведения свидетельствуют о положительной динамике картофелеводства Брянской области. В исследуемом периоде регион входил в тройку лидеров по валовому сбору и урожайности этой культуры среди субъектов РФ. Несмотря на кризисные явления в экономике, наблюдается значительный рост площадей, отводимых под картофель (в 2,6 раза), урожайности (на 7,2%) на протяжении 2012-2016 гг.

Каждый представитель агробизнеса на насыщенном местном рынке картофеля должен решить две основных задачи: кому и по какой цене реализовать продукт своего труда и где изыскать ресурсы для дальнейшего производственного и социального развития предприятия. Конкурентные отношения как разновидность экономических отношений по поводу распределения и перераспределения ограниченных рыночных ресурсов между хозяйствующими субъектами картофелеводства приобретают серьезный характер. Это связано с увеличением количества товаропроизводителей, ограниченностью удобных площадей под посев, борьбой за потребителя, а также весьма значимым фактором, постегивающим конкуренцию, - государственной поддержкой. Перечисленные конкурентные условия на нынешнем этапе и в дальнейшем будут определять вектор движения отрасли и рынка не только в Брянской области, но и в масштабах РФ, поскольку «второй хлеб» и продукты его переработки продаются в десятки регионов страны и за ее пределами. В данном контексте вопрос количественной и качественной оценки конкурентных отношений на микроуровне, в отрасли в целом, актуален и требует детального изучения.

В представленной работе решены следующие задачи:

- 1) проведен анализ отрасли картофелеводства Брянской области по ряду параметров;
- 2) дополнен перечень факторов, влияющих на уровень конкуренции, с учетом специфики локального рынка картофеля;

Материальным ресурсом, определяющим эффективность аграрного производства и остроту конкурентных отношений, выступают земельные угодья вкупе с природно-климатическими условиями. В исследуемом периоде структура посевных площадей претерпела некоторые изменения (рис. 1) [1].

Как видно из диаграмм, за пять лет средние и крупные сельхозорганизации значительно расширили площадь сельхозугодий под посевы картофеля (+ 5,8 п.п.). Фермерские и личные хозяйства уменьшили долю картофельных полей на 3,4 п.п. и 2,4 п.п. соответственно.

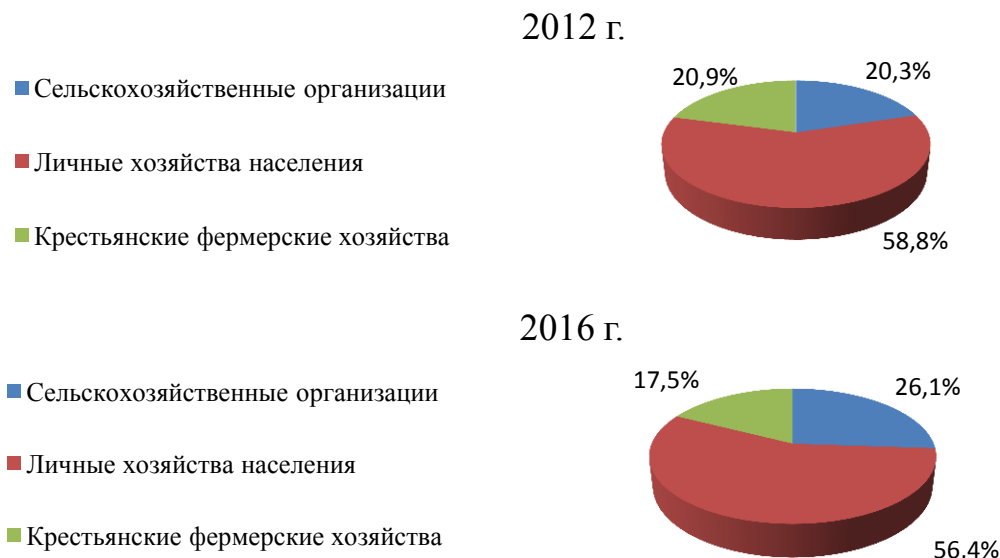


Рис. 1. - Структура посевных площадей картофеля в Брянской области

Акцент в достижении максимального роста сборов и урожайности делается в первую очередь на среднем и малом агробизнесе, который уже обладает солидной материально-технической базой и оборотными средствами для ее наращивания. Кроме того, и органы власти региона в ходе реализации госпрограммы «Развитие сельского хозяйства и регулирование рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия Брянской области» отдают приоритет сельхозорганизациям. [2, с. 1, 2, 6; 3] Этот фактор также влияет на уровень конкурентных отношений в отрасли.

Примерами крупных хозяйств региона, на протяжении ряда лет добивающихся отличных результатов, являются ООО «Брянск-Агро» (2013 г. - 590 га, в 2014 г. — 745 га, в 2015 г. - 1000 га.). В 2012-2013 гг. хозяйство получило средства в размере 81 млн. руб. в рамках региональной целевой программы «Развитие переработки картофеля в Брянской области», инвестированные в новые картофелехранилища. ООО «Дружба» в 2015 г. завершило реализацию инвестиционных инфраструктурных проектов по строительству крупнейшего в России картофелехранилища на 40 тыс. т и монтажу в нем холодильного оборудования для бесперебойного сбыта продукции. Некоторые крупные хозяйства инвестируют в производственную инфраструктуру, приобретение техники, как например КФХ «Прогресс», потратившее 8 млн. руб. на оборудованные картофелехранилища и сушилки для клубней. Внедряют передовые технологии хозяйства ИП Довгалева М.М., ИП Мельниченко В.Г., КФХ «Свистунов», ИП Ахламова А.В. Конкурентным преимуществом крупного агробизнеса в данном случае является значительная капитализация, привлекающая потенциальных инвесторов.

Исследования известных ученых-экономистов свидетельствуют, что одним из основных факторов конкурентных отношений на агропродовольственном рынке является ценовая

дифференциация (маркетинговая трактовка - ценовая дискриминация) [4, с. 15-19; 5, с. 75-77; 6, с. 32; 7, с. 17]. Собранная нами информация об оптовых ценах на продовольственный картофель показывает существенный разброс в диапазоне от 4521 руб./т в 2012 г. до 7194 руб. /т в 2016 г. Вариации цены прослеживаются не только в зависимости от сезона, но и от макроэкономической конъюнктуры, политической ситуации.

Анализ научной литературы и систематизация представленных фактов позволяет нам дополнить существующий перечень факторов конкуренции на рынке картофеля следующими пунктами:

- 1) уровень доступности целевых федеральных и региональных программ поддержки отрасли, степень вовлеченности в них субъекта агробизнеса;
- 2) инвестиционная привлекательность региона и конкретного рынка;
- 3) масштаб капитализации сельскохозяйственного товаропроизводителя.

Подводя итог исследования, необходимо подчеркнуть многофакторность такого экономического явления как конкуренция, его комплексность в условиях агропродовольственного рынка. Оценка уровня (интенсивности) конкурентных отношений должна учитывать не только ценовые и другие измеримые параметры экономических отношений соперничающих субъектов рынка, но и причинно-следственные связи между ними, влияние макроэкономических и глобальных процессов.

Список литературы

1. Официальный сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Брянской области // URL http://bryansk.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/bryansk/ru/statistics/enterprises/agriculture/ (дата обращения 13.06.2017 г.)
2. Сайт Департамента сельского хозяйства Брянской области / Оценка достижения целей и решения задач государственной программы // URL http://depagro32.ru/images/Documents/2017_03_14_realiz_GP2016.zip (дата обращения 14.06.2017 г.)
3. Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013 – 2020 годы: постановление Правительства РФ от 14.07.2012 под №717.
4. Гончаров В.Д., Лукин Д.Н. Региональный картофелепродуктовый подкомплекс. – М.: ВНИИК, 2006. – 131 с.
5. Крылатых Э.Н. Проблемы конкурентоспособности агропродовольственного комплекса РФ и факторы ее повышения. Сб. науч. тр./ВИАПИ им. А.А. Никонова. –М.: ВИАПИ им. А.А. Никонова, 2008. Вып. 21. – 384 с.
6. Мазлоев В.З., Семин А.Н., Боровских Н.В. Конкурентные стратегии аграрных организаций. – М.: Колос, 2009. – 466 с.
7. Семин А.Н. Методологические основы формирования экономических механизмов // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2012.- №9 – С. 15-20.

Сведения об авторах

Жуков В.Е. – менеджер по маркетингу ПАО «ЖТ», bb44@mail.ru.

UDK 338.4: 339.137.22(470.333)

COMPETITIVE RELATIONS ON THE BRYANSK REGION'S POTATO MARKET

V.E. Zhukov

PJSC «JTI»

Competitive relations of the Bryansk region`s agrifood potato market are becoming more complex. Agricultural producers of «second bread» use a wide arsenal of technological, organizational and marketing tools to gain a greater share of the market. In these conditions the formation of modern institutional model (structure) of regional potato sub-complex proceeds.

Keywords: competitive relations, potato market, factors of competition, agriculture, Bryansk region, agro-industrial complex.

References

1. Oficialnyj sajt Territorialnogo organa Federalnoj sluzhby gosudarstvennoj statistiki po Bryanskoj oblasti // URL http://bryansk.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/bryansk/ru/statistics/enterprises/agriculture/ (data obrashcheniya 13.06.2017 g.)
2. Sajt Departamenta selskogo hozyajstva Bryanskoj oblasti / Ocenka dostizheniya celej i resheniya zadach gosudarstvennoj programmy // URL http://depagro32.ru/images/Documents/2017_03_14_realiz_GP2016.zip (data obrashcheniya 14.06.2017 g.)
3. Gosudarstvennaya programma razvitiya sel'skogo hozyajstva i regulirovaniya rynkov selskohozyajstvennoj produkcii, syrya i prodovol'stviya na 2013 – 2020 gody: postanovlenie Pravitel'stva RF ot 14.07.2012 pod №717.
4. Goncharov V.D., Lukin D.N. Regionalnyj kartofeleproduktovyj podkompleks. – M.: VNIK, 2006. – 131 s.
5. Krylatyh E.H.N. Problemy konkurentosposobnosti agroprodovolstvennogo kompleksa RF i faktory ee povysheniya. Sb. nauch. tr./VIAPI im. A.A. Niko-nova. –M.: VIAPI im. A.A. Nikonova, 2008. Vyp. 21. – 384 s.
6. Mazloev V.Z., Semin A.N., Borovskih N.V. Konkurentnye strategii agrarnyh organizacij. – M.: Kolos, 2009. – 466 s.
7. Semin, A.N. Metodologicheskie osnovy formirovaniya ehkonomicheskikh mekhanizmov // *Ekonomika selskohozyajstvennyh i pererabatyvayushchih predpriyatij.* – 2012.- №9 – S. 15-20.

Author`s information

V.E. Zhukov – marketing manager of the PJSC «JTI», bb44@mail.ru.