

Государственный университет
Высшая школа экономики

Факультет Экономики
Кафедра Фондового рынка и финансового менеджмента

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

**на тему: “Инвестиционная привлекательность молочного комплекса
регионов европейской части России на базе анализа
конкурентоспособности”**

Студентка группы № 5ФиФР

Мокшина П.В.

Научный руководитель

Профессор, д.э.н., Серова Е.В.

Москва 2003 год

СОДЕРЖАНИЕ

<u>I. ВВЕДЕНИЕ</u>	3
<u>II. ГЛАВА 1. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ МОЛОЧНОГО СЕКТОРА. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ</u>	6
<u>§1.1. Краткий обзор ситуации на молочном рынке России</u>	6
<u>1.1.1. Потребление молочной продукции</u>	6
<u>1.1.2. Производство молочной продукции и инвестиции</u>	7
<u>§1.2. Характеристика подхода к оценке конкурентоспособности</u>	11
<u>1.2.1. Предпосылки анализа и объект исследования</u>	11
<u>1.2.2. Конкурентные преимущества. Методика анализа</u>	14
<u>1.2.3. Возможности применения полученных результатов</u>	16
<u>III. ГЛАВА 2. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ И СРАВНИТЕЛЬНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ</u>	19
<u>§2.1. Взгляд классиков на вопрос о сравнительных преимуществах</u>	19
<u>§2.2 Развитие понятия сравнительных преимуществ. Современные теории конкурентных преимуществ</u>	24
<u>§2.3. Построение теоретической модели оценки конкурентоспособности молока</u>	30
<u>IV. ГЛАВА 3. ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ МОЛОЧНОГО КОМПЛЕКСА РЕГИОНОВ. СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ</u>	36
<u>§3.1. Региональная специализация</u>	36
<u>§3.2. Конкурентные преимущества в производстве сырого молока</u>	40
<u>§3.3. Конкурентные преимущества в производстве молочных продуктов</u>	44
<u>§3.4. Интегральная оценка конкурентоспособности молочного сектора регионов</u>	49
<u>V. ГЛАВА 4. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ</u>	58
<u>VI. СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ</u>	61

I. Введение

В течение двух последних лет в аграрном секторе России наблюдается положительная динамика развития. Все больше отраслей становятся вполне рентабельными и соответственно привлекательными для инвесторов. Это стимулирует приток инвестиций в агропромышленный комплекс. В силу значительного природного и культурного разнообразия территории Российской Федерации, в разных регионах возникают предпосылки для развития разных направлений сельского хозяйства. Правильный выбор объекта инвестирования требует нахождения прибыльных сфер деятельности, проведения сопоставления регионов с целью выявления из них наиболее конкурентоспособных в рассматриваемых отраслях.

В данной работе мы предлагаем провести изучение конкурентоспособности молочного сектора регионов Европейской части России.

Как показывает исследование, проведенное Ю. Фетисовой в работе «Мотивация вертикальной интеграции в молочном секторе России» [Фетисова, 2002], крупные предприятия по переработке молока испытывают трудности с поставками качественного сырья. Это объясняет готовность молочных гигантов инвестировать огромные средства в налаживание бесперебойного процесса поступления молока, соответствующего установленным стандартам. Таким образом, очевидна заинтересованность переработчиков в оценке конкурентного потенциала регионов в молочном производстве. Иными словами, нужен сравнительный анализ конкурентных преимуществ регионов и выявление зон, имеющих предпосылки для благоприятного развития молочного животноводства.

Правильное понимание того, в каких сферах и отраслях у региона есть конкурентные преимущества или потенциал для их создания и совершенствования, требуется также региональным органам власти, задачи которых включают содействие развитию прибыльных видов деятельности. Следовательно, в условиях ограниченности финансовых ресурсов, вопрос об инвестиционной привлекательности молочного комплекса региона может быть актуален при разработке властями эффективного механизма привлечения капитала.

Наконец, выделение регионов, обладающих конкурентными преимуществами, важно с точки зрения определения конкурентоспособности всей молочной отрасли России и необходимо для государства, реализующего ту или иную агропродовольственную политику.

Стоит отметить, что анализ инвестиционной привлекательности, равно как и конкурентоспособности аграрного сектора стал актуален не очень давно.

В советское время, когда существовало так называемое государственное сельское хозяйство, проблема конкурентоспособности и вопросы, связанные с ее повышением, не рассматривались предприятиями АПК. В этом не было необходимости, поскольку государство централизованно распределяло инвестиционные ресурсы и оборотные средства для сельхозпроизводителей, определяло производственные задания, что соответственно фиксировало отраслевую и региональную структуру аграрного производства. Государство брало на себя распределение сельскохозяйственной продукции. Основная часть продукции сельскохозяйственных предприятий закупалась государственными органами по установленным государством ценам. Продукцию животноводства в основном закупали непосредственно государственные перерабатывающие предприятия – мясокомбинаты и молокозаводы [14, стр.382].

В ходе аграрных преобразований осуществляется переход от централизованно планируемой системы к рыночной. Государство уходит из сферы распределения сельскохозяйственной и продовольственной продукции. Возникает новая рыночная инфраструктура, начинают действовать рыночные механизмы. В связи с этим возникает необходимость рассматривать понятия конкуренции и конкурентоспособности.

В последнее время появилось много работ по проблеме конкурентоспособности. Часть из них посвящена описанию подходов к оценке конкурентоспособности конкретного товара или услуги [Гурков,1997; Лифиц, 2001]. Другая же часть содержит оценку глобальной конкурентоспособности страны на макроэкономическом уровне относительно других стран [Куренков, Попов, 2000]. Существуют исследования конкурентоспособности отдельных отраслей промышленности, например автомобильной [Сан-Чжун Ли, 2002], текстильной, швейной.

Что касается сравнения конкурентоспособности регионов РФ в молочном секторе, этот вопрос до сих пор не рассматривался специалистами. Известные нам работы по молочному рынку РФ посвящены прогнозированию ситуации в целом по России [24, 25], анализу структуры импорта молочных продуктов [26, 27], затрагивают проблемы вертикальной интеграции в молочном секторе [Фетисова, 2002]. Большинство работ построено по принципу описания основных тенденций и носит скорее обзорный характер.

В нашей работе предполагается на основе изучения ситуации в молочной отрасли провести оценку конкурентных преимуществ в производстве молока для регионов европейской части России и выделить группу регионов, наиболее привлекательных с точки зрения инвестирования.

В качестве теоретической основы предлагаем взять концепцию сравнительных преимуществ. Впервые эта идея была описана Д. Рикардо в книге «Начала политической экономии и налогового обложения» [Киреев, 1997]. В дальнейшем теория Рикардо расширялась и дополнялась его последователями. Среди них шведские экономисты Э. Хекшер и Б. Олин, разработавшие теорию факторов производства [Михайлушкин, 2002]. Позднее появились теории, учитывающие не только обеспеченность факторами, но и новые технологии, открытия, использование высококвалифицированного труда и т.д. Здесь стоит отметить теорию М. Познера, С. Линдера [Овчинников, 2000].

При построении теоретической модели оценки конкурентоспособности молока регионов мы планируем использовать идеи, выдвинутые М. Портером [Портер, 1993, 2000], большим авторитетом в области конкурентоспособности. Теория этого экономиста считается своеобразным обобщением современных взглядов на проблему сравнения стран и регионов, выявления причин, лежащих в основе их конкурентных преимуществ.

Для проведения сравнительного анализа инвестиционной привлекательности молочного комплекса регионов европейской части России предполагается разработать систему показателей, позволяющую выделить регионы, обладающие конкурентными преимуществами в производстве молока и являющиеся наиболее благоприятными с точки зрения развития специализации в этом секторе сельского хозяйства.

II. Глава 1. Конкурентоспособность молочного сектора. Постановка задачи

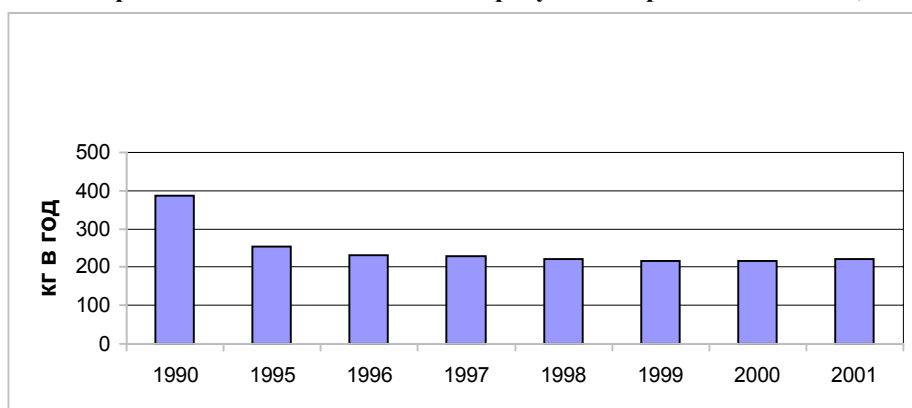
§ 1.1. Краткий обзор ситуации на молочном рынке России

1.1.1. Потребление молочной продукции

Молоко и молочные продукты традиционно занимают одно из ведущих мест в пищевом рационе граждан нашей страны, в силу, как привычек потребления россиян, так и относительно невысокой стоимости данной категории продуктов питания. Ежедневно они присутствуют на столе подавляющего большинства россиян. Привычки потребления молока и молочных продуктов в России уходят корнями в глубокую древность. Кроме того, молоко является одним из архетипов в русском народном сознании - символом здоровья, благополучия, изобилия. Достаточно вспомнить, например, "молочные реки с кисельными берегами" в русских народных сказках, выражение "кровь с молоком" как восхищение хорошим физическим состоянием человека, а также дамские традиции умывания молоком и купания в нем для обретения красоты.

До 1999 года потребление молока и молочных продуктов в среднем по России неуклонно снижалось (рис 1.). Если в 1990 году оно составляло 386 кг в год, то в 1995 уже 253 кг, а в 1999 г. – 215 кг на человека в год. Таким образом, произошло сокращение потребления на 44%. Однако, начиная с 2000 года наметилась положительная тенденция в уровне потребления. Так в 2000 году по сравнению с 1999 потребление молока выросло на 0,4%, а в 2001 по сравнению с 2000 уже на 2,31% и составило 221 кг в год, т.е. вышло на уровень 1998 года.

Рис.1 Потребление молока и молочных продуктов в среднем по России, кг/ год

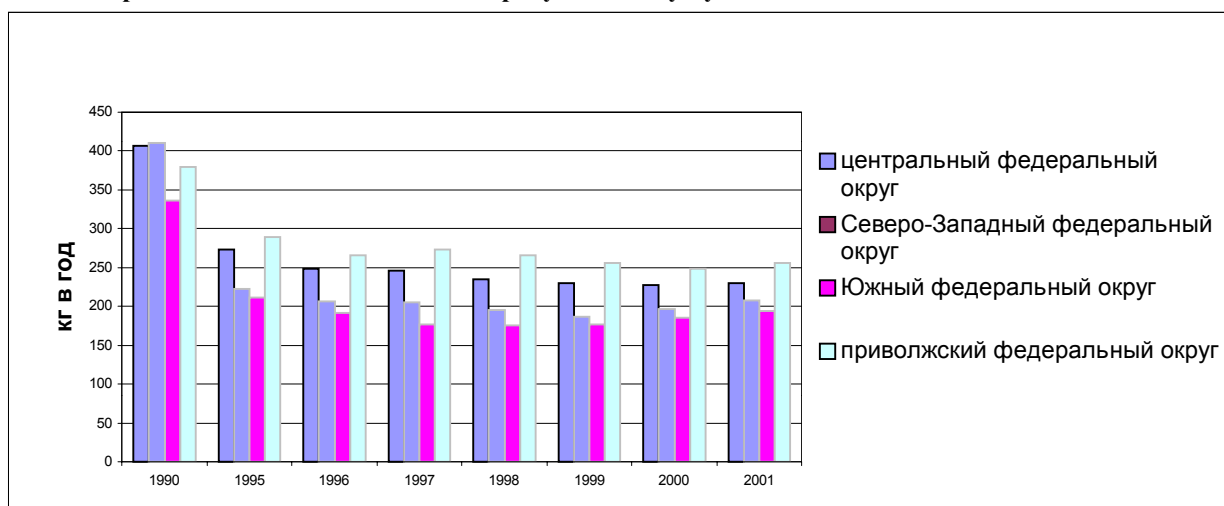


Источник: построено по: Регионы России, 2002, часть 2. Госкомстат России. М., 2002, стр.146.

Подобная динамика наблюдается во всех регионах. Однако уровень потребления молока и молочных продуктов не во всех регионах одинаков (рис.2). Если рассматривать

европейскую часть России, то здесь лидером по потреблению молока является Приволжский федеральный округ. В 2001 году потреблению по этому округу составило 256 кг на душу населения в год, что на 16% выше среднего показателя по России. Центральный федеральный округ находится на втором месте: здесь среднедушевое потребление молока и молочных продуктов превышает средний показатель по России на 4%.

Рис.2. Потребление молока и молочных продуктов на душу населения кг/год.

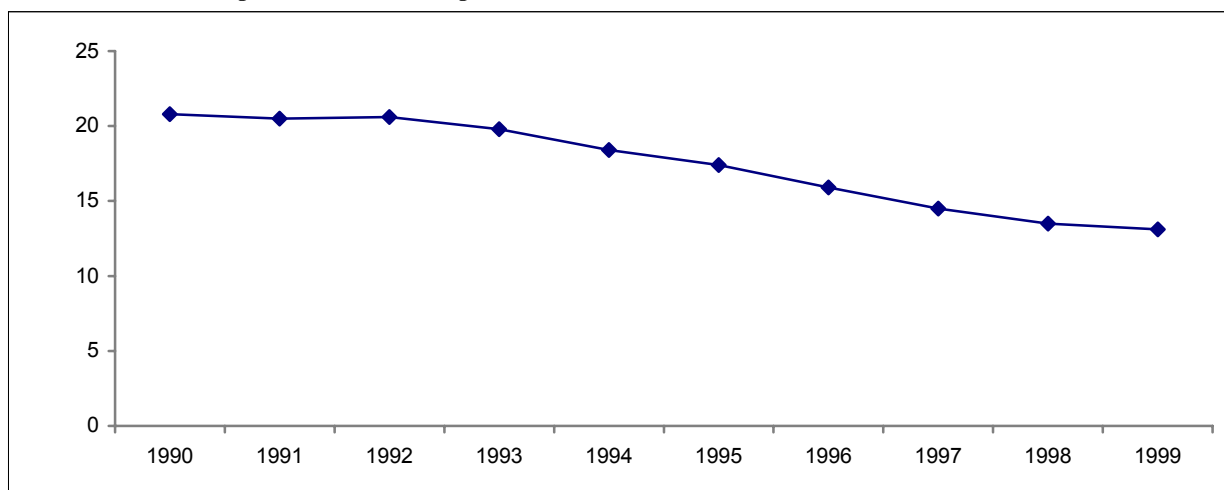


Источник: построено по: Регионы России, 2002, часть 2. Госкомстат России. М., 2002, стр. 146-147

1.1.2. Производство молочной продукции и инвестиции.

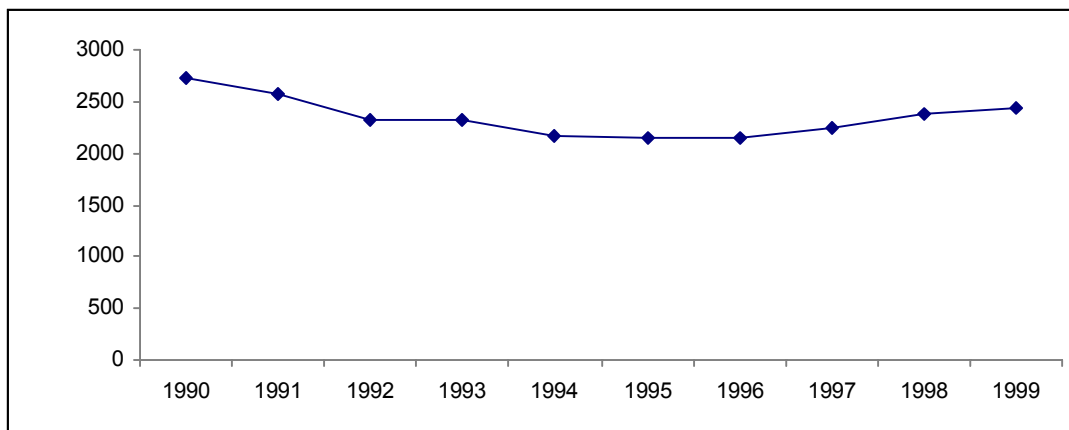
В начале 90-х годов наша молочная промышленность переживала тяжелый кризис. Закрывались молочные фермы, катастрофически уменьшалось дойное стадо (рис. 3), а у сохранившегося количества животных ощутимо падала продуктивность (рис. 4).

Рис.3. поголовье коров во всех категориях хозяйств, млн. голов.



Источник: построено по: Сельское хозяйство в России, 2000 г. Госкомстат России. М. 2000, стр. 525.

Рис.4. Надой молока на одну корову в хозяйствах всех категорий, кг в год.



Источник: построено по: Сельское хозяйство в России, 2000 г. Госкомстат России. М. 2000, стр. 234.

Объемы производства молока сокращались с каждым годом, причем возрастающими темпами (таблица 1).

Таблица 1. Динамика производства молока по РФ.

Годы	Объем производства, млн. тонн.
1992	47,2
1993	46,5
1994	42,2
1995	39,2
1996	35,8
1997	34,1
1998	33,3
1999	32,3
2000	32,1

Источник: Российский статистический ежегодник. Госкомстат России. М., 2001. Стр. 381.

Все это привело к тому, что одно время страна была вынуждена даже ввозить молочное сырье из-за рубежа (таблица 2).

Таблица 2. Динамика объема импорта молока и молочных продуктов.

Годы	Объем импорта, тыс. тонн.
1991	6800
1992	3200
1993	5800
1994	5370
1995	6317
1996	4530

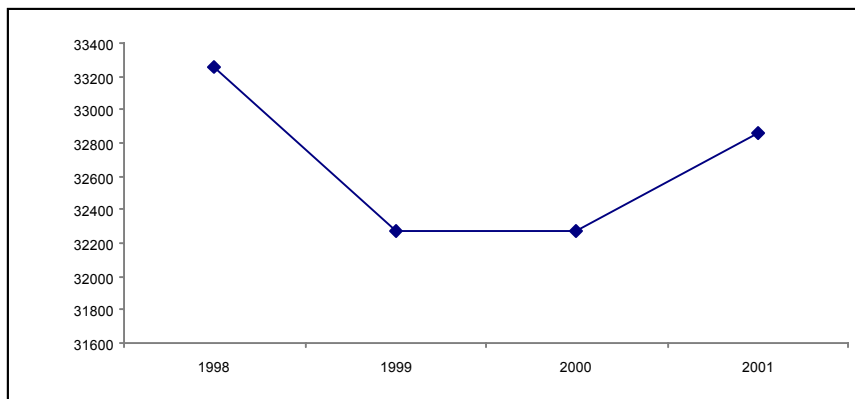
Продолжение табл. 2

Годы	Объем импорта, тыс. тонн.
1997	6290
1998	4944
1999	4700
2000	4200

Источник: Российский статистический ежегодник: Госкомстат России. М., 2001. Стр.377.

Сегодня, несмотря на то, что положение в отрасли все еще нельзя назвать благополучным и сырого молока наши сельхозпредприятия выпускают меньше, чем в 1990 году, все-таки ситуация начала выравниваться. Так за последние 2 года наблюдается не только стабилизация, но и прирост объемов молока (рис.5).

Рис.5. Производство молока в России за период 1998-2001 гг., тыс. тонн.



Источник: Агропромышленный комплекс России, 2002 г. Министерство сельского хозяйства и продовольствия РФ. М., 2002, стр. 325.

Недавно был создан Российский союз предприятий молочной отрасли, который включает в себя большинство производителей и переработчиков молока. Главную задачу этого союза молочники видят в объединении совместных усилий для более успешного решения проблем своей отрасли на государственном уровне.

С каждым годом увеличивается роль крупных производителей молочной продукции на российском рынке, особенно это заметно в крупных городах. Продукция таких предприятий, как ОАО “Лианозовский молочный комбинат”, ОАО “Останкинский молочный комбинат”, “ОАО “Царицынский молочный комбинат”, “Санкт-Петербургский молочный комбинат № 1 “Петмол” и др. занимает на отечественном рынке молочных продуктов ведущее место, успешно конкурируя с иностранными производителями [6, стр.40].

В последнее время крупнейшие отечественные компании, не желающие уступать своих лидирующих мест на молочном рынке, для того, чтобы уверенно обеспечить себя достаточной и качественной сырьевой базой, осознали необходимость долгосрочных

инвестиций в сельское хозяйство. В 1999 году холдинг «Вимм-Билль-Данн», объединяющий 14 производственных предприятий, начал осуществление программы «Молочные реки Подмосковья», которая сегодня переросла в программу «Молочные реки России». В рамках программы запланированы инвестиционные вливания в размере 20 млн. долл. на срок 15 лет.¹ В ходе этой долгосрочной кампании проводится огромная работа по оснащению молочных ферм многочисленных регионов России современным доильным и холодильным оборудованием, обеспечению хозяйств концентрированными кормами в стойловый период, авансирование и сезонное кредитование поставщиков для закупки семян, ГСМ и минеральных удобрений. Другое крупное предприятие «Петмол» также инвестирует средства в расширение пастбищ и улучшение качества кормов. Из 23 поставщиков молока для немецкого производителя йогуртов Ehrmann в России 40% получили долгосрочные денежные инвестиции либо оборудование в лизинг. Немцы вложили в программу 3 млн. долл.²

Сегодня производители и переработчики молока уже не ограничиваются простыми товарно-денежными отношениями. Крупные молочные комбинаты один за другим разворачивают программы поддержки села, вкладывая собственные средства в производство молока и кормов. Иначе им пришлось бы закупать сырье за границей.

¹ «Вимм-Биль-Данн» укрепляет связи с производителями. Web: <http://www.kolos.ru/kolos.news>

² Т. Юрьева. Молочные реки от «Вимм-Биль-Данн». Web: <http://www.utro.ru/articles/economics/2000/09/05>

§ 1.2. Характеристика подхода к оценке конкурентоспособности

1.2.1. Предпосылки анализа и объект исследования

Исследование проводится для регионов европейской части России. К ним относятся регионы Центрального, Северо-Западного, Южного и Приволжского федеральных округов.

Второй предпосылкой анализа в данной работе является допущение, что регионы реализуют произведенное молоко в Москве и Московской области. Объяснения этому можно дать следующие.

Во-первых, если говорить об объемах потребления молока в целом по регионам, то Центральный округ оказывается на первом месте (таблица 3). Абсолютным лидером является Москва, а следом за ней идет Московская область. Вместе они дают почти половину потребления молока всего Центрального федерального округа. В Москве и Московской области молока и молочных продуктов потребляется чуть меньше, чем во всем Южном федеральном округе и больше, чем в Северо-Западном.

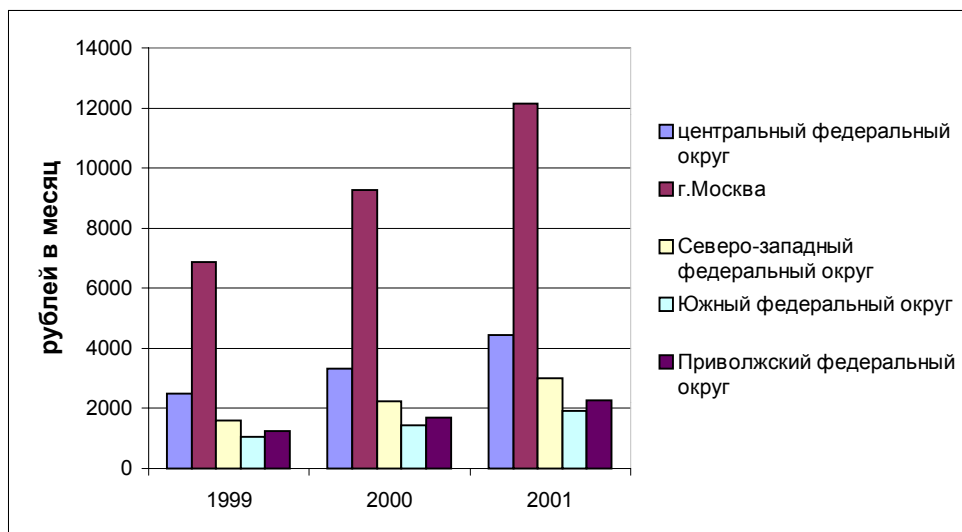
Таблица 3. Структура потребления молока и молочных продуктов в целом по регионам Европейской части России.

Год	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Центральный федеральный округ	37,49%	37,30%	36,78%	36,88%	36,48%	35,77%
в т.ч.						
Москва	7,76%	9,17%	8,77%	9,24%	9,02%	8,86%
Московская область	6,83%	6,85%	6,81%	6,62%	6,75%	6,38%
Северо-Западный федеральный округ	12,30%	12,26%	12,01%	11,79%	12,36%	12,66%
Южный федеральный округ	16,73%	15,50%	15,87%	16,50%	17,28%	17,68%
Приволжский федеральный округ	34,53%	35,60%	35,88%	35,46%	34,49%	34,51%

Источник: рассчитано по: Регионы России, 2002, часть 2. Госкомстат России. М., 2002. стр. 146-147.

Необходимо отметить, что Москва сильно отличается от других регионов по уровню платежеспособного спроса. На рис. 6 хорошо видно как сильно Москва опережает другие регионы по уровню среднедушевых доходов. Так в 2001 году этот показатель для Москвы превысил средний по России почти в 4 раза. Выходит, что Москва является наиболее перспективным регионом для реализации молочной продукции, особенно если вспомнить, что рекомендованное потребление составляет 392 кг молока и молочных продуктов в год, а Москве в 2001 году потреблялось только 245 кг, что составляет 62,5% от нормы (Источник: данные Госкомстата России).

Рис. 6. Среднедушевые денежные доходы Россиян, руб./месяц.



Источник: рассчитано по: Регионы России, 2002, часть 2. Госкомстат России. М., 2002, стр. 110.

Во-вторых, сейчас в России идет процесс концентрации и монополизации молочной отрасли. Крупные предприятия наращивают объемы производства и начинают довольно существенно теснить региональных конкурентов даже на рынках малых городов. В наши дни московские и петербургские компании контролируют более 20% общего объема выпускаемой в стране продукции [6, стр.39]. Что касается Москвы и Подмосковья, то здесь сосредоточены крупнейшие производители молочной продукции. В первую очередь это крупнейший молочный концерн «Вимм-Билль-Данн». В Москве и Московской области ему принадлежат три молочных комбината: АО «Лианозовский молочный комбинат», АО «Царицынский молочный комбинат», АО «Раменский молочный комбинат». Немалую долю выпуска обеспечивают АО «Останкинский молочный комбинат», и «Очаковский молочный завод». Также в Подмосковье находятся заводы крупных мировых производителей йогуртов «Campina», «Ehrmann», «Danone».³

Потребность Москвы и области в молоке специалисты оценивают в 1 млн. тонн в год.⁴ Молочные гиганты, столкнувшись с проблемой нехватки сырья, заинтересованы в поставках молока из других регионов. В свою очередь региональные производители с большей радостью реализуют молоко именно на заводы Москвы и Подмосковья, поскольку предлагаемые им условия, гораздо привлекательнее тех, на которые согласны местные молокозаводы.

³ Москва: рынок молока переживает большие перемены. Web: <http://marketsurveys.ru/ms>

⁴ Д. Писаренко. Не в корову корм - АиФ Москва, интернет-версия, №13, 27/03/2002

Учитывая вышеизложенные факты, можно сказать, что выбор Москвы и Московской области в качестве места реализации регионами произведенного молока (что необходимо для упрощения анализа) вполне оправдан.

При такой постановке задачи нам нужно избежать искажений, связанных с тем, что существует еще один крупный центр потребления и производства молочных продуктов. Это город Санкт-Петербург и Ленинградская область. Соседние с ними регионы могут не возить молоко в Москву. Поэтому для более корректного анализа мы предлагаем исключить из расчетов Ленинградскую область и считать, что все регионы везут молоко в Москву.

Следующая предпосылка, которую необходимо сделать, касается производителей молока. В работе предполагается, что все поставляемое на переработку молоко производится в сельскохозяйственных предприятиях. Если рассмотреть структуру производства молока различными категориями хозяйств, то в среднем получится, что сельскохозяйственные организации производят примерно половину всего молока.

Таблица 4. Структура производства молока по категориям хозяйств (в процентах от хозяйств всех категорий).

	Сельскохозяйственные организации	Хозяйства населения	Крестьянские хозяйства
Центральный федеральный округ	59,20%	39,80%	1,00%
Северо-Западный федеральный округ	60,00%	37,80%	2,20%
Южный федеральный округ	36,00%	60,70%	3,30%
Приволжский федеральный округ	46,30%	52,20%	1,50%

Источник: Агропромышленный комплекс России, 2002 г. Министерство сельского хозяйства и продовольствия РФ. М., 2002, стр. 425-426.

Однако важно рассмотреть структуру молочного рынка (рис. 7)[6, стр. 35]. На рисунке наглядно изображены каналы реализации произведенного молока всеми категориями хозяйств. Получается, что личные хозяйства населения, хотя и производят значительную долю всего молока (таблица 4), большую часть его оставляют для собственного потребления, а на переработку продают только порядка 20%. То есть в общем объеме произведенного молока доля молока, реализованного ЛПХ на переработку, не превышает 10%. Кроме того, это молоко реализуется на внутреннем рынке региона, а нашей задачей является анализ конкурентоспособности на московском рынке.

Рис 7. Структура молочного рынка.

В то же время сельскохозяйственные организации практически все молоко



реализуют перерабатывающим заводам. Фермерские хозяйства отдают на переработку 60% молока, но их доля в производстве очень мала, поэтому они могут быть исключены из рассмотрения. Таким образом, имеет смысл анализировать только сельскохозяйственные организации, поскольку они являются основными поставщиками сырья для предприятий, производящих молочную продукцию. Стоит отметить, что сами перерабатывающие заводы предпочитают иметь дело с крупными производителями, которые бы имели возможность обеспечивать большие объемы поставок и у которых есть необходимое оборудование и технология, позволяющие предлагать молоко приемлемого качества.

1.2.2. Конкурентные преимущества. Методика анализа.

В специальной литературе [например, Азоев, Челенков, 2000; Лифиц, 2001] имеется множество различных дефиниций понятия «конкурентные преимущества» и «конкурентоспособность товара», поэтому, прежде всего, определимся с терминологией, используемой при построении методики анализа конкурентоспособности в данной работе.

Конкурентные преимущества – это концентрированное проявление превосходства над конкурентами в экономической, технической, организационной сферах деятельности, которое можно измерить экономическими показателями.

Конкурентоспособность товара отражает его способность более полно отвечать запросам покупателей по сравнению с аналогичными товарами, представленными на рынке.

Критерий конкурентоспособности – это качественная и (или) количественная характеристика продукции, служащая основанием для оценки ее конкурентоспособности.

Фактор конкурентоспособности – непосредственная причина, наличие которой необходимо и достаточно для изменения одного или нескольких критериев конкурентоспособности.

Традиционная экономическая теория утверждает, что в условиях конкуренции, распределение ресурсов происходит оптимальным образом. Применительно к молочному сектору это должно означать, что производство молока сконцентрируется в том регионе или группе регионов, в которых достигается наиболее эффективное использование ресурсов.

В советское время межрегиональные поставки по России осуществлялись на основе централизованного планирования и распределения. Такая система требовала равной выгоды производства в различных природно-климатических зонах. Но затраты на производство сельскохозяйственной продукции отличались в зависимости от расположения региона. Для обеспечения равновыгодности производства планирующему центру приходилось не просто устанавливать закупочные цены, но и дифференцировать их по природно-климатическим зонам страны. Сложилась система дифференцированных закупочных цен. Количество ценовых зон в РСФСР по молоку доходило до 15 [8, стр.80]. В такой ситуации очевидна была нерациональная специализация регионов.

С началом либерализации экономики начался процесс дезинтеграции единого экономического пространства страны.

В связи с этим, нам представляется важным проанализировать современную сельскохозяйственную специализацию российских регионов и проверить следующую гипотезу:

региональная специализация в молочном секторе России происходит в соответствии с конкурентными преимуществами производства молока и молочных продуктов.

Для реализации поставленной задачи необходимо:

- выделить регионы, для которых характерна высокая специализация в молочном животноводстве;
- определить критерий, в соответствии с которым будем оценивать конкурентоспособность молока того или иного региона;
- установить факторы, от которых зависит конкурентоспособность, и найти параметр, оказывающий наибольшее влияние на ее изменение;
- выделить регионы, у которых есть конкурентные преимущества в производстве молока, и проанализировать, как специализация соотносится с наличием конкурентных преимуществ.

В результате предполагается выбрать регион или группу регионов, являющихся привлекательными с точки зрения инвестирования в молочный комплекс, имеющих благоприятные условия для развития молочного животноводства.

1.2.3. Возможности применения полученных результатов

Краткий обзор ситуации на молочном рынке показал, что недостаток качественного сырья приводит к тому, что переработчики инвестируют большие суммы в улучшение процесса производства своих поставщиков. Будучи рациональными агентами, руководители предприятий рассчитывают на положительную отдачу от своих инвестиций. В связи с этим, они заинтересованы в определении правильных направлений вложения средств, что может быть достигнуто только при грамотном подходе к анализу условий, в которых действует поставщик сырья, оценки его конкурентных преимуществ.

В условиях развития в мировой экономике процессов интеграции и глобализации, обостряется конкурентная борьба между странами и регионами. Важное место занимают вопросы оценки конкурентоспособности национальной экономики. Однако страна может быть конкурентоспособна на мировом уровне только при наличии конкурентоспособных отраслей. Поэтому выделение регионов, обладающих конкурентными преимуществами в молочном производстве, важное с точки зрения определения конкурентоспособности всей молочной отрасли России, может быть использовано при проведении анализа конкурентоспособности российской экономики.

Результаты подобного анализа могут быть использованы также специалистами, занятыми анализом государственной политики.

Множество и разнообразие методов, применяемых различными государствами для регулирования агропродовольственного сектора огромно. Некоторые страны, как,

например, Новая Зеландия проводят либеральную агропродовольственную политику, оказывая производителям минимальную поддержку. Другие страны характеризуются очень высоким уровнем протекционизма, как Япония. Но при всем разнообразии методов и подходов необходимо определять уровень реально оказываемой поддержки, проводить межстрановые сравнения и динамический анализ в рамках одной страны. Существует целый ряд показателей, позволяющих с той или иной степенью точности оценивать уровень государственного регулирования агропродовольственного сектора. Однако все меры уровня государственной поддержки, так или иначе, основаны на сопоставлении внутренних и мировых цен на агропродовольственные товары. При этом исходят из того, что мировые цены являются наиболее близкими к равновесным ценам и отражают альтернативные издержки для сельскохозяйственных производителей и потребителей. В таком случае ценовое искажение, т.е. вызванное государственной политикой отклонение внутренних цен от равновесных, является определенной количественной оценкой государственной политики. Наиболее простой показатель оценки субсидий или налогообложения сельского хозяйства – номинальный коэффициент защиты (НКЗ), который рассчитывается по формуле 1 [14, стр.326].

Формула 1.

$$НКЗ_i = \frac{P_i^d}{P_i^r}, \text{ где}$$

P_i^d - внутренняя цена на продукт i ;

P_i^r - справочная цена на продукт i .

При возникновении необходимости провести сравнение уровня государственной поддержки производителей молока в России и какой-либо другой стране можно столкнуться с определенными трудностями. Одна из трудностей связана с тем, что непонятно, что считать внутренней ценой молока. Цену какого региона следует брать за основу? Если рассмотреть ситуацию с ценами реализации на молоко в различных регионах Европейской части России в 2001 году, то можно увидеть следующую картину (рис. 8).

Хорошо видно, что разброс цен по регионам довольно значительный. В связи с этим существует явная необходимость в том, чтобы выделить регион, на который можно было бы ориентироваться при расчетах уровня государственной поддержки. Это должен быть регион, обладающий конкурентными преимуществами в молочном животноводстве, и имеющий предпосылки для развития специализации на производстве молока.

Рис.8. Цены реализации молока сельскохозяйственными организациями в 2001 г, руб. за тонну.

III. Глава 2. Конкурентоспособность и сравнительные преимущества. Теоретический аспект

§ 2.1. Взгляд классиков на вопрос о сравнительных преимуществах

Существует огромное количество различных теорий формирования и развития конкурентоспособности. При этом наибольший вклад в исследование причин, лежащих в основе конкурентоспособности, внесли специалисты, занимающиеся вопросами международной торговли. Нам представляется важным дать краткую характеристику основных положений теоретических подходов и продемонстрировать их развитие.

Меркантилисты

Меркантилисты придерживались статического взгляда на мир, который с их точки зрения, располагал лишь ограниченным количеством богатства. Поэтому богатство одной страны могло увеличиваться только за счет обнищания другой. По их мнению, внешняя торговля должна быть ориентирована на максимальную сохранность и увеличение количества золота в стране. В связи с этим рекомендовалось стимулировать экспорт и ограничивать импорт, чтобы не тратить золота на покупку товаров за пределами страны. Одновременно вводились запреты на торговлю колоний со всеми странами кроме метрополий, на развитие производства в колониях – они должны были стать только поставщиками сырья в метрополии.

Классическая школа

Главным из экономистов, бросивших вызов меркантилизму, был Адам Смит. А. Смит четко сформулировал, что благосостояние наций зависит не столько от количества накопленного ими золота, сколько от их способности производить конечные товары и услуги. Поэтому основная задача состоит не в приобретении золота, а в развитии производства за счет разделения труда и его кооперации.

Смитом разработана теория «абсолютных преимуществ», в соответствии с которой, международная торговля является выгодной в том случае, если две страны торгуют такими товарами, которая каждая из них производит с меньшими издержками, чем страна-партнер. Страны экспортируют те товары, в производстве которых они имеют абсолютное преимущество, и импортируют те товары, в производстве которых преимущество принадлежит их торговым партнерам.

Теория Смита основана на многочисленных допущениях. Он принимает как аксиому, что:

- Труд – единственный фактор производства;

- Имеет место полная занятость;
- В международной торговле участвуют только две страны, которые торгуют друг с другом только двумя товарами;
- Издержки производства остаются постоянными, их снижение увеличивает спрос на товар;
- Цена одного товара выражена в количестве труда, затраченного на производство другого;
- Транспортные расходы по перевозке товаров из одной страны в другую равны нулю;
- Внешняя торговля свободна от ограничений и регламентаций.

Можно записать модель для страны I следующим образом:

$$A_1Q_1 + A_2Q_2 \leq L, \text{ где}$$

A_1 – время, необходимое для производства единицы товара 1;

A_2 – время, необходимое для производства единицы товара 2;

Q_1 – объем производства товара 1;

Q_2 – объем производства товара 2;

L – трудовые ресурсы, имеющиеся в стране.

Аналогично для страны II:

$$A'_1Q_1 + A'_2Q_2 \leq L'$$

Если стране I требуется меньше часов для производства товара 1, чем стране II, это означает, что страна I имеет абсолютное преимущество перед страной II в производстве этого товара и что стране I выгодно экспортировать этот товар в страну II:

$$A_1 < A'_1$$

Если стране II требуется меньше часов на производство товара 2, чем стране I, то страна II имеет абсолютное преимущество перед страной I в производстве этого товара и стране II выгодно его экспортировать в страну I:

$$A_2 > A'_2$$

Давид Рикардо развил теорию абсолютных преимуществ и показал, что торговля выгодна каждой из двух стран, даже если ни одна из них не обладает абсолютным преимуществом в производстве конкретных товаров.

Исходя из тех же допущений, что и теория абсолютных преимуществ, теория сравнительных преимуществ использует понятие альтернативной цены или, что то же самое, издержек (цены) замещения.

Альтернативная цена – рабочее время, необходимое на производство единицы одного товара, выраженное через рабочее время, необходимое для производства единицы другого товара.

Альтернативные издержки на производство товара 1, выраженные через количество часов, необходимое для создания товара 2, составят $\frac{A_1}{A_2}$.

Если альтернативные издержки на производство одних и тех же товаров в стране I ниже, чем в стране II, то

$$\frac{A_1}{A_2} < \frac{A'_1}{A'_2} \text{ или, что то же самое, } \frac{A_1}{A'_1} < \frac{A_2}{A'_2}.$$

Эта формула показывает, что затраты на производство товара 1, выраженные через затраты на производство товара 2 в стране I ниже, чем затраты на производство того же товара, выраженные через затраты на производство товара 2 в стране II.

В соответствии с теорией сравнительных преимуществ страны специализируются на производстве тех товаров, альтернативная цена которых ниже, то есть которые они могут производить с относительно более низкими издержками по сравнению с другими странами. В этом случае торговля будет взаимовыгодной для обеих стран независимо от того, является ли производство в одной из них абсолютно более эффективным, чем в другой [Киреев, 1997].

Важно заметить, что теория относительных преимуществ справедлива по отношению к любому количеству товаров и любому количеству стран, а также для анализа торговли между отдельными районами, областями, республиками одного государства.

Неоклассики

Модификацией теории сравнительных преимуществ является теория факторов производства. Она выдвинута шведскими экономистами Э.Хекшером и Б.Олином. Большинство предпосылок этой теории те же, что и в теориях абсолютных и относительных преимуществ. Однако согласно теории Хекшера-Олина, в производстве участвует не только труд, но и другие факторы производства – капитал и земля (в более широком смысле – природные ресурсы), при этом движение факторов производства между странами отсутствует. При сравнении условий производства в разных странах учитываются следующие два момента. Во-первых, относительная интенсивность использования различных факторов в производстве отдельных товаров. Товар 1, например, будет более капиталоемким, чем товар 2, если соотношение капитала K и труда L при его производстве будет больше, чем при производстве товара 2:

$$\frac{K_1}{L_1} > \frac{K_2}{L_2}$$

Во-вторых, относительная насыщенность (избыточность) страны факторами производства. Она может быть определена как отношение общего объема (Т) капитала к общему объему рабочей силы:

$$\frac{T_K}{T_L} > \frac{T'_K}{T'_L}, \text{ то есть страна I считается более богатой капиталом, чем страна II.}$$

Если речь идет о насыщенности земель, то можно говорить о сравнении количества земли, пригодной для обработки, в расчете на одного работающего в странах или доле отдельной страны в общей обрабатываемой площади в мире в сравнении с ее долей в суммарной численности мировой рабочей силы.

По теории Хекшера и Олина, различие в издержках производства и соответственно в ценах товаров в разных странах объясняется различиями в относительной насыщенности (избыточности) факторами производства. Если в стране избыточным является фактор труда, то в этой стране он стоит относительно дешевле, чем в других странах (под ценой труда обычно понимается заработная плата). Поэтому в данной стране будут относительно дешевыми трудоемкие товары.

В стране, где избыточным фактором является капитал, и он является относительно более дешевым (имеется в виду ставка процента), более низкие цены будут иметь капиталоемкие товары, а в стране, где избыточным фактором является земля и ее цена (рента) сравнительно низкая, относительно дешевой будет продукция земледелия. Поскольку на мировом рынке конкурентоспособными являются более дешевые товары, то страны будут поставлять на него товары, в производстве которых используются избыточные факторы.

При этом в теории Хекшера-Олина и их последователей сохраняется принцип сравнительных преимуществ, выдвинутый Рикардо. Страны должны специализироваться на производстве тех товаров, где сочетание имеющихся у них факторов обеспечивает им сравнительные преимущества в издержках производства по сравнению с другими странами [9, стр.53].

Тестирование модели Хекшера-Олина дало противоречивые результаты: статистика международной торговли иногда опровергала теорию, иногда подтверждала ее. Наиболее известным тестированием было проведенное В. Леонтьевым исследование структуры экспорта и импорта США в послевоенный период. Оказалось, что США экспортируют преимущественно трудоемкие виды продукции, а импортируют капиталоемкие товары.

Такие выводы противоречили теории Хекшера-Олина и в академических кругах получили название парадокса Леонтьева [13, стр.88].

В попытках разрешить противоречия между теорией и практикой экономисты разделились на два направления. Одно из них идет по пути дальнейшего совершенствования теории соотношения факторов производства, их дробления на составные части и учета специфики отдельных видов производственных ресурсов.

Другое направление исходит из того, что теория Хекшера-Олина нуждается не в совершенствовании, а в полной замене на принципиально иной основе [13, стр.89].

§ 2.2 Развитие понятия сравнительных преимуществ. Современные теории конкурентных преимуществ

Попытка учесть в международной торговле влияние научно-технической революции привела к созданию неотехнологических теорий внешней торговли. Их сторонники пытаются объяснить внешнеторговые связи не обеспеченностью факторами производства, как делали неоклассики, а затратами на исследования и разработки, уровнем средней заработной платы и удельным весом квалифицированной рабочей силы. Эта школа объясняет возникновение преимуществ монополиями на отдельные открытия и новые технологии, которая дает возможность господствовать в производстве данных товаров и их продаже на мировом рынке до тех пор, пока эти технологии не будут освоены другими странами. Тогда необходимы новые исследования, позволяющие производить новые товары.

Наиболее известной теорией этой школы является теория технологического разрыва, основы которой заложены английским экономистом М. Познером в начале 1960-х годов. Познер предположил, что одна из развитых стран в результате какого-то открытия обладает принципиально новой технологией или новым товаром, которые пользуются повышенным спросом в других странах. Поэтому торговля этим товаром будет осуществляться даже между странами, имеющими одинаковую ресурсообеспеченность. В результате преимущественного положения одной страны возникает технологический разрыв между странами. Конечно, постепенно другие страны станут осваивать новшества, и разрыв сократится, но пока он существует, внешняя торговля этим товаром будет продолжаться [Михайлушкин, 2002].

Модель жизненного цикла продукта предполагает, что на стадиях внедрения и роста (расширения) выпуска нового продукта страна, в которой он создан, имеет преимущества на мировом рынке.

К технологическим теориям относятся и теории внутриотраслевой торговли, среди которых теория С. Линдера объясняет эту торговлю стремлением к расширению ассортимента товаров, предлагаемых на рынках разных стран [10, стр. 74].

Современные теории, развивающие теорию Хекшера-Олина

Все классические и неоклассические теории имеют один существенный недостаток: для того, чтобы подтвердить их практикой, нужно выдержать множество ограничений и допущений, которые в реальной жизни, к сожалению, осуществить сложно. Это привело к активному поиску новых теорий, объясняющих различные проблемы внешней торговли в

современных условиях. Современные экономисты, не подвергая сомнению справедливость классических теорий и их принципов, распространяют последние на большее количество обмениваемых товаров, стран, участвующих в обмене, или учитывают большее количество факторов, определяющих сравнительные преимущества. Проведенные ими исследования показали, что и в новых условиях теории относительных преимуществ и соотношения факторов производства не противоречат существующей практике. Развитие отдельных направлений классических теорий привело, например, к созданию теории специфических факторов и теории фирмы.

Согласно теории специфических факторов, разная обеспеченность отдельных стран специфическими факторами производства ведет к их дальнейшему развитию в экспортных производствах и сокращению в производствах, конкурирующих с импортом. Предположим, что в каждой стране производятся товары 1 и 2, причем для каждого из них необходимы три фактора производства: капитал, земля, труд. Труд является мобильным фактором, а капитал и земля специфическим для производства товара 1 и 2 соответственно. Если в первой стране больше, чем во второй капитала и меньше земли, то при увеличении предложения капитала возрастет производительность труда в производстве товара 1, создадутся условия для расширения производства, возрастет заработная плата, что вызовет приток рабочих из производства 2. Это создаст возможности предложить на мировом рынке больше товара 1 по более низким ценам.

Аналогичная ситуация произойдет с товаром 2 во второй стране. В результате первая страна будет и дальше ускоренно развивать производство 1 и постепенно сокращать производство 2.

Теория фирмы связана с усилением роли отдельных фирм и корпораций в международной торговле. В конечном счете, сравнительные преимущества всегда получает не нация, а отдельная фирма-экспортер данного товара. В ходе исследований выяснилось, что технологически сложные изделия создаются отдельной фирмой исходя из потребностей и спроса, существующих внутри страны. Только после расширения производства и насыщения внутреннего рынка фирма может выйти на внешний рынок. Но для того, чтобы продать свои изделия, необходимо найти страну-покупателя, у которой структура спроса на внутреннем рынке была бы максимально приближена к структуре спроса страны-экспортера. Это объясняет возможность осуществления торговых сделок между странами, находящимися на одном и том же уровне экономического развития, в частности между развитыми индустриальными странами. Данное положение было впервые обосновано американским экономистом Э.Линдером.

В дальнейшем сторонники теории фирмы обосновали необходимость слияния компаний развитых стран с фирмами молодых индустриальных государств. Вызвано это было сближением уровней научно-технического развития, укреплением производственных и сбытовых контактов, совместным решением научно-технических задач. Данный процесс охватил в основном наукоемкие отрасли. Наиболее активную роль в нем сыграли мелкие и средние компании [12, стр.195].

Своеобразным обобщением современного развития теорий внешней торговли является теория международной конкурентоспособности наций, разработанная американским исследователем М. Портером [Портер, 1993, 2000].

Он пришел к заключению, что место каждой страны и ее конкретных производителей на мировом рынке определяется четырьмя основными условиями, действует так называемое «правило ромба»:

- Факторные условия;
- Условия спроса;
- Состояние смежных и обслуживающих отраслей;
- Стратегия фирмы в определенной конкурентной ситуации.

Так же как и сторонники неоклассической школы, Портер считает наделенность страны теми или иными факторами определяющим в обеспечении сравнительных преимуществ. Но роль факторов, по мнению ученого гораздо сложнее, чем думают многие. Факторы, которые наиболее важны для конкурентного преимущества в большинстве отраслей не достаются по наследству, а создаются в пределах страны с помощью процессов, которые в разных странах и отраслях очень различны. Таким образом, важен не столько запас факторов на данный момент, сколько скорость, с которой они создаются, совершенствуются и приспособляются к нуждам отраслей. Вместе с тем он не ограничивается факторами, дарованными природой или перешедшими от предшествующих поколений, а считает необходимым постоянное совершенствование и развитие этих факторов в процессе расширенного воспроизводства. Портер предлагает делить факторы на основные и развитые. Основные факторы – это такие как природные ресурсы, климатические условия, географическое положение страны, неквалифицированная и полуквалифицированная рабочая сила. К развитым факторам относятся современная инфраструктура обмена информацией на цифровой основе, высокообразованные кадры и исследовательские отделения университетов, занимающиеся сложными дисциплинами.

Основные факторы сохраняют свою важность в добывающих отраслях и в отраслях, связанных с сельским хозяйством.

Второй детерминант национального конкурентного преимущества в какой-либо отрасли – спрос на внутреннем рынке на товары или услуги, предлагаемые этой отраслью. Влияя на эффект масштаба, спрос на внутреннем рынке определяет характер и скорость внедрения новаций, вводимых фирмами страны. Он характеризуется тремя важными чертами: структурой внутреннего спроса (природа покупательских потребностей), объемом и характером роста внутреннего спроса и, наконец, механизмами, с помощью которых предпочтения на внутреннем рынке передаются на зарубежные рынки. Значение двух последних качеств зависит от первого.

Третьим важным детерминантом, определяющим национальные преимущества в отрасли, является наличие в стране отраслей-поставщиков или смежных отраслей, которые конкурентоспособны на мировом рынке. Практически завоевание итальянскими обувщиками своих позиций на мировом рынке связано с развитием двух производств: выделки кожи и изготовления колодок. Высококачественная кожа и колодки, исключая возможность деформации изделий в процессе потребления, обеспечили преимущества итальянским фирмам на мировом рынке обуви. Успех Швейцарии в области фармакологии был тесно связан с предыдущим успехом на мировом рынке в производстве красителей.

Четвертым важным детерминантом, определяющим конкурентоспособность отрасли, является тот факт, что фирма создается, организуется и управляется в зависимости от характера конкуренции на внутреннем рынке. В разных странах фирмы организуются по-разному, вырабатываются разные стратегии и цели. Национальные преимущества в промышленном производстве являются результатом правильного соотношения между их выбором и источником конкурентоспособности в той или иной отрасли промышленности. То, как развивается соперничество на внутреннем рынке, также играет большую роль в процессе внедрения новшеств и в обеспечении перспектив международного успеха [Портер, 1993].

Как правило, исторически развитие определенных производств было сосредоточено в наиболее благоприятных районах. Оно сохранилось там и по сегодняшний день. Обычно в этих районах функционируют несколько однотипных производителей, выпускающих однородную продукцию. Естественно, конкуренция в таком случае обостряется, что заставляет каждую фирму искать потребителей не только на внутреннем рынке, но и на внешнем, а это возможно лишь при наличии конкурентоспособного товара. Таким образом, условия внутреннего рынка способствуют завоеванию позиций и на внешнем рынке [12, стр.196].

Изучив конкурентные позиции более 100 отраслей различных стран, М. Портер обратил внимание на то, что наиболее конкурентоспособные в международных масштабах фирмы одной отрасли обычно не бессистемно разбросаны по разным развитым государствам, а имеют свойство концентрироваться в одной и той же стране, а порой даже в одном и том же регионе страны. Это не случайно. Одна или несколько фирм, достигая конкурентоспособности на мировом рынке, распространяет свое влияние на ближайшее окружение: поставщиков, потребителей и конкурентов. В свою очередь, успехи окружения оказывают положительное влияние на дальнейший рост конкурентоспособности данной компании. В итоге формируется "кластер" - сообщество фирм, тесно связанных отраслей, взаимно способствующих росту конкурентоспособности друг друга [Портер, 2000].

Помимо изучения факторов, от которых зависят конкурентные преимущества и конкурентоспособность, специалисты занимаются разработкой количественных методов, позволяющих измерять сравнительные преимущества страны в производства того или иного продукта. На сегодняшний день известно два показателя: DRC (domestic resource cost) и NEB (net economic benefit) [Tsahok, 1990].

Коэффициент издержек внутренних ресурсов DRC рассчитывается следующим образом (формула 2):

Формула 2.

$$DRC = \frac{\sum_{j=k+1}^n a_{ij} V_j}{P_i^b - \sum_{j=1}^k a_{ij} P_j^b}, \text{ где}$$

$a_{ij}, j = 1 \div k$ - коэффициент расхода на продукт i средств производства j , импортируемых или экспортируемых;

$a_{ij}, j = (k + 1) \div n$ - коэффициент расхода на продукт i средств производства j , производимых внутри страны;

V_j - теневые цены средств производства j , производимых внутри страны;

P_i^b - средние контрактные цены экспортируемых агропродовольственных товаров;

P_j^b - средние контрактные цены экспортируемых или импортируемых средств производства.

Если $DRC < 1$, то для страны выгоднее производить продукт самой, потому что альтернативные издержки использования внутренних ресурсов меньше, чем тот выигрыш, который она получит при экспорте товара или его импортозамещении. При $DRC > 1$

ситуация обратная – затраты при внутреннем производстве товара будут больше, чем выигрыш от торгового сальдо.

Чистый экономический выигрыш (NEB) продукта определяется как:

Мировая цена продукта – Сумма импортируемых ресурсов в мировых ценах – Сумма внутренних факторов производства и неимпортируемых ресурсов в терминах теневых цен.

При положительных значениях NEB внутреннее производство предпочтительнее, при отрицательных – импорт выгоднее.

Как было сказано ранее, специфика вопроса конкурентных преимуществ такова, что основные модели строятся применительно к анализу внешней торговли. Однако идеи, изложенные в работах специалистов в сфере международной торговли, можно применять к меньшим, чем страна, политическим или географическим единицам.

Попытаемся, опираясь на изученные подходы в области исследования конкурентных преимуществ, провести сравнительный анализ регионов европейской части Российской Федерации.

§ 2.3. Построение теоретической модели оценки конкурентоспособности молока

На данном этапе мы предлагаем построить модель, которая позволила бы ранжировать регионы в соответствии с некоторыми количественными характеристиками и выделить факторы, от которых зависит конкурентоспособность молока.

Существующие подходы к измерению конкурентных преимуществ сводятся к расчету показателей DRC и NEB, о которых было сказано выше. Однако расчет значений этих показателей в нашем случае не представляется возможным, поскольку основной предпосылкой является наличие конкурентных рынков факторов производства, что не выполняется для регионов России.

В качестве теоретической основы анализа конкурентоспособности предлагаем взять базовые положения теории Портера. Обоснование такому выбору можно дать следующее.

Во-первых, хотя для молочного животноводства, как и для других отраслей сельского хозяйства, велика зависимость от основных факторов (климатических условий, географического положения), все большее значение имеет наличие «развитых» факторов (новые технологии, современное оборудование).

Во-вторых, условия спроса (в основном, уровень дохода) играют важную роль для производителей молочной продукции. Потребление молочных продуктов в настоящее время находится на уровне, ниже рекомендуемого.

В-третьих, молочное животноводство и производство молочных продуктов являются смежными отраслями. Конкурентоспособность в одной отрасли зависит от ситуации в другой: благоприятное положение дел у производителей молока способствует повышению конкурентоспособности переработчиков, и наоборот, находящиеся на сильных позициях молочные компании заставляют поднимать качество поставляемого им сырья, тем самым, вынуждая своих поставщиков повысить конкурентоспособность.

Наконец, кластерная теория Портера подтверждает правильность поставленной нами задачи выделить регионы, специализирующиеся на производстве молока.

В модели предполагается рассмотреть производство молока и масла в регионах Европейской части России и их реализацию на московском рынке.

Выбор именно молока и масла обусловлен тем, что эти продукты обладают большей гомогенностью по сравнению с другими (например, сыром), что делает сравнительный анализ регионов корректным

Делается предположение о критерии конкурентности молока и масла на московском рынке: если регион вывозит эти продукты в Москву, значит, демонстрирует конкурентные преимущества. При этом предполагается, что отсутствует политика поддержки, приводящая к демпингу и другим вне рыночным методам конкуренции.

Поскольку делается предположение "если реализуется, значит конкурентно", то предлагается рассмотреть показатель конкурентоспособности молока, который обозначен *Cpt* (от слова competitiveness) и рассчитывается по формуле 3.

Формула 3.

$$Cpt_i = \frac{(x_i + y_i)}{(X + Y)} / \left(\frac{n_i}{\sum_{i=1}^k n_i} \right), \text{ где}$$

k - количество рассматриваемых регионов;

x_i - количество реализованного в Москву сырого молока из i -ого региона;

y_i - количество реализованного в Москву масла из i -ого региона в пересчете на молоко;

n_i - количество голов коров в i -ом регионе;

$X = \sum_{i=1}^k x_i$ - количество реализованного в Москву сырого молока со всех регионов;

$Y = \sum_{i=1}^k y_i$ - количество реализованного в Москву масла в пересчете на молоко со всех регионов.

Большее значение показателя будет свидетельствовать о большей конкурентоспособности молока региона по сравнению с другими регионами.

Для того чтобы проанализировать, какие факторы приводят к изменению показателя, рассматриваются два вспомогательных индекса (формулы 4 и 5):

Формула 4.

$$Cpt_{Xi} = \frac{x_i}{X} / \left(\frac{n_i}{\sum_{i=1}^k n_i} \right),$$

который показывает долю i -ого региона в общем объеме реализации сырого молока регионов на московском рынке, скорректированную на поголовье коров в данном регионе.

Формула 5.

$$Cpt_{y_i} = \frac{y_i}{Y} / \left(\frac{n_i}{\sum_{i=1}^k n_i} \right),$$

который показывает долю i -ого региона в общем объеме реализации масла регионов на московском рынке.

Далее выделяются факторы, которые оказывают влияние на каждый из индексов:

$$Cpt_{x_i} = f(\text{cost}_{x_i}, I_{qX}, t \text{ cost})$$

$$Cpt_{y_i} = f(\text{cost}_{x_i}, \Delta \text{cost}_{y_i}, t \text{ cost})$$

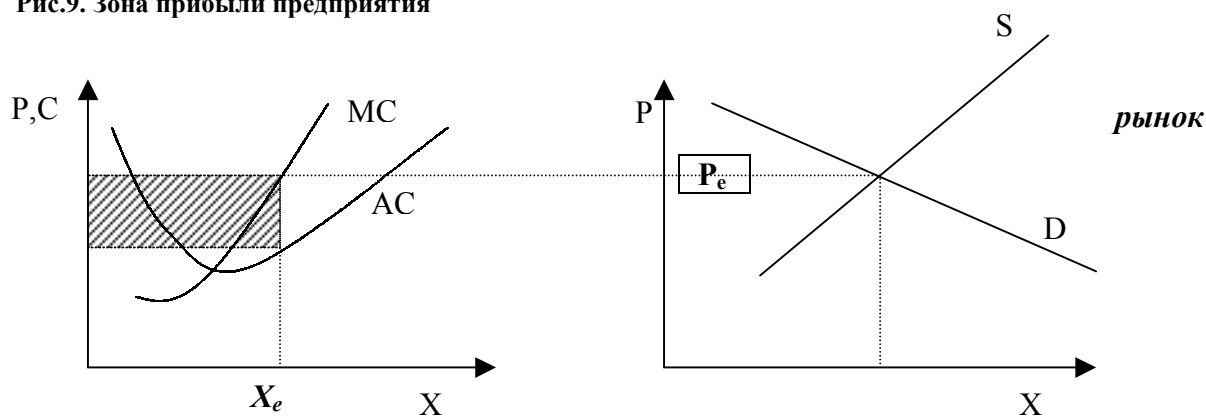
Рассмотрим подробнее каждый фактор в отдельности.

1. cost_X - это издержки на производство сырого молока. Действие этого фактора следует рассмотреть, предполагая:

- ✓ производится единственный продукт – молоко;
- ✓ все производимое молоко гомогенно;
- ✓ фирмы максимизируют прибыль.

Тогда получаем для предприятия (рис.9)

Рис.9. Зона прибыли предприятия



Заштрихованная область отражает прибыль предприятия. Предприятие можно считать конкурентоспособным до тех пор пока его предельная (средняя) выручка ($MR=P=AR$) превышает средние издержки производства молока. Поэтому возможность реализовать произведенное молоко непосредственно зависит от издержек его производства.

С другой стороны, если принять во внимание тот факт, что рынок не является совершенным, то нужно учесть, что предприятия, имеющие меньшие издержки, станут реализовывать молоко по более низким ценам, видя в этом конкурентное преимущество.

Но в любом случае, себестоимость молока влияет на значение индекса Cpt_X .

2. I_{qX} - показатель, характеризующий качество.

Очевидно, что качество молока является важной характеристикой, которую рассматривает перерабатывающий завод при определении поставщика сырья. Согласно ГОСТу 13264-88 сырое молоко подразделяют на три вида, в соответствии с требованиями, указанными в таблице 5:

Таблица 5. Требования к качественным характеристикам молока.

Наименование показателя	Норма для сортов		
	высшего	первого	второго
Запах и вкус	Свойственные для молока, без посторонних запахов и привкусов		
			Допускается слабо выраженный кормовой запах и привкус в зимне-весенний период года
Кислотность, °Т	16-18	16-18	16-20
Степень чистоты по эталону не ниже группы	I	I	II
Бактериальная обсеменённость, тыс/см ³	До 300	От 300 до 500	От 500 до 4000
Содержание соматических клеток, тыс/см ³ , не более	500	1000	1000

Источник: ГОСТ 13264-88.

В модели предлагается параметр качества определять следующим образом:

$$I_{qXi} = \frac{X_{iH}}{X_i}, \text{ где}$$

X_{iH} - объем молока высшего сорта, произведенного в i -ом регионе;

X_i - общий объем произведенного молока в i -ом регионе.

Таким образом, получаем коэффициент, характеризующий степень «качественности» молока через долю производства молока высшего сорта.

Безусловно, значение этого показателя будет влиять на конкурентоспособность молока рассматриваемого региона.

3. $tcost$ – транспортные издержки по доставке молока из региона в Москву.

Влияние фактора $tcost$ аналогично влиянию себестоимости. Предприятие будет конкурентным, если выручка покрывает все издержки с учетом транспортных.

Сравнивать затраты разных регионов можно введя в модель в качестве аппроксимации транспортных издержек расстояние от Москвы до данного региона. Подобное предположение является очень «сильным» для России, но в условиях отсутствия необходимых данных о тарифах, мы не видим другого выхода.

4. $\Delta cost_y$ - это дополнительные издержки, связанные с производством масла из сырого молока. Предполагая, что на производство 1 кг масла требуется 20,3 кг молока, можно рассчитывать $\Delta cost_y$ как разницу между производственной себестоимостью 1 кг масла и стоимостью производства 20,3 кг сырого молока (в соответствии с принятыми нормами пересчета молочных продуктов в молоко базовой жирности).

Может оказаться так, что регион реализует в Москву не сырое молоко, а масло. Причиной являются более низкие издержки переработки молока. В силу этого получаем, что масло конкурентоспособно, а значит, конкурентоспособно и молоко, которое пошло на его производство.

Выделив основные виды конкурентных преимуществ, необходимо проанализировать, какой из факторов оказывает наибольшее влияние на показатель конкурентоспособности регионов.

Для этого нужно построить регрессионную модель, зависимой переменной в которой будет являться Cpt , а объясняющими – перечисленные выше факторы. По величине коэффициента детерминации будем судить о значимости связи между переменными.

В силу недостаточной статистической базы возникает потребность в проведении специальных обследований с целью получения дополнительной информации для расчетов. Эта проблема принципиально разрешима, но сопряжена со значительными затратами, как временного, так и финансового характера. В связи с этим, приведем только первоначальную спецификацию модели (таблица 6).

Таблица 6. Спецификация модели оценки конкурентных преимуществ.

Переменная	Аббревиатура	Источник данных
Объясняемая:		
Вывоз молока и масла (в пересчете на молоко) в Москву (см. формулу 3)	Cpt	Данные Госкомстата России и данные обследования (по реализации молока)
Объясняющие:		
Себестоимость производства молока	$cost_x$	Данные Министерства сельского хозяйства РФ
Дополнительные затраты на производство масла	$\Delta cost_y$	Данные обследования
Качество молока (доля производства молока высшего сорта)	I_{qx}	Данные обследования
Расстояние от региона до Москвы	$t\ cost$	Данные Госкомстата России или географического атласа

У нас будет пространственная совокупность (данные по регионам за конкретный год). Количество наблюдений составляет 51, что более чем в 12 раз превышает количество рассматриваемых факторов и свидетельствует о достаточном объеме выборки.

Итак, мы провели качественный анализ, то есть преодолели первый этап построения стохастической модели. Последующие действия (проверка однородности совокупности, расчет оценок параметров уравнений регрессии, оценка адекватности модели) могут привести к уточнению перечня факторов, перебору конкурирующих вариантов модели. Однако, как было сказано ранее, это потребует проведения расчетов, для которых в настоящий момент нет необходимых данных, но в дальнейшем планируется получить.

Практическое использование модели позволяет решить следующие основные задачи:

- Определить параметр, от которого в наибольшей степени зависит конкурентоспособность;
- Проанализировать, как специализация регионов соотносится с наличием у них конкурентных преимуществ.

IV. Глава 3. Инвестиционная привлекательность молочного комплекса регионов. Сравнительный анализ

В силу того, что для построенной модели оценки конкурентоспособности невозможно получить необходимые данные, была разработана система показателей, которая является неким упрощенным вариантом модели и позволяет ранжировать регионы по степени их привлекательности для молокоперерабатывающих заводов в соответствии с наличием у сельскохозяйственных предприятий региона конкурентных преимуществ в производстве молока.

§ 3.1. Региональная специализация

В первую очередь, для характеристики специализации региона строится показатель IS (*index of specialization*), который рассчитывается по формуле 6.

Формула 6.

$$IS_i = \left(\frac{X_{iR}}{\sum_{i=1}^k X_{iR}} \right) / \left(\frac{Y_{iR}}{\sum_{i=1}^k Y_{iR}} \right) * 100\%, \text{ где}$$

X_{iR} - объем производства молока в хозяйствах всех категорий i -ого региона;

Y_{iR} - объем производства валовой продукции сельского хозяйства i -ого региона;

k – количество рассматриваемых регионов (в нашем случае $k=51$).

Приведенный индекс специализации является модификацией индекса локализации производства⁵.

Индекс IS_i показывает, на сколько процентов доля региона в общем объеме производства молока по Европейской части России превосходит долю этого же региона в общем объеме производства валовой продукции сельского хозяйства на Европейской части России (для этого необходимо из полученного значения индекса вычесть 100%).

Запишем и интерпретируем показатель IS_i по-другому (формула 7):

5 Индекс локализации производства, сформулированный в соответствии с логикой исследований сравнительных преимуществ региона в системе межрегиональных связей, предполагающих незначительную роль во внешней торговле, является суммой двух других индексов:

1) индекса, характеризующего товарную специализацию региона во внешней торговле в рамках экономической системы страны $RCA_i^E = (X_{ir} / X_{iR}) / (X_r / X_R) * 100\%$ и

2) индекса, характеризующего специализацию региона в системе межрегиональных связей $RCA_i^I = [(Q_{ir} - X_{ir}) / (Q_{iR} - X_{iR})] / [(Q_r - X_r) / (Q_R - X_R)] * 100\%$, где X – экспорт, Q – объем выпуска, r и R – индексы, характеризующие показатель, относящийся соответственно, к экономике региона и экономике России, i – отрасль [5, стр. 64].

Формула 7.

$$IS_i = \left(\frac{X_{iR}}{Y_{iR}} \right) / \left(\frac{\sum_{i=1}^k X_{iR}}{\sum_{i=1}^k Y_{iR}} \right) * 100\%$$

В таком виде индекс может быть использован для определения того, на сколько процентов доля производства молока в объеме производства валовой продукции сельского хозяйства данного региона превосходит долю производства молока в общем объеме производства продукции сельского хозяйства в целом по Европейской части России.

И в первой и во второй интерпретации значение индекса IS_i , превышающее 100 %, свидетельствует о наличии производственной специализации региона по молоку.

Результаты ранжирования регионов в соответствии с рассчитанным индексом специализации приведены в таблице 7.

Таблица 7. Индекс специализации по молоку, среднее значение за 1999-2001 г.

Место	Регион	IS	Место	Регион	IS
1	Смоленская область	163	27	Республика Ингушетия	104
2	Калининградская область	153	28	Костромская область	101
3	Псковская область	147	29	Пермская область (в т.ч. Коми-Пермятский ао)	99
4	Кировская область	142	30	Белгородская область	99
5	Нижегородская область	137	31	Воронежская область	97
6	Ивановская область	137	32	Московская область	95
7	Республика Башкортостан	136	33	Республика Калмыкия	93
8	Чувашская республика	134	34	Республика Коми	93
9	Пензенская область	130	35	Оренбургская область	91
10	Удмуртская республика	129	36	Астраханская область	89
11	Тверская область	129	37	Липецкая область	89
12	Вологодская область	123	38	Курская область	87
13	Республика Северная Осетия-Алания	121	39	Самарская область	87
14	Брянская область	120	40	Орловская область	86
15	Республика Мордовия	115	41	Новгородская область	84
16	Карачаево-Черкесская Республика	115	42	Архангельская область(в т.ч. Нен.ао)	84
17	Ульяновская область	114	43	Тульская область	82
18	Калужская область	113	44	Тамбовская область	80
19	Республика Карелия	113	45	Республика Дагестан	78
20	Ярославская область	112	46	Кабардино-Балкарская Республика	75
21	Саратовская область	111	47	Волгоградская область	74
22	Республика Марий Эл	110	48	Ростовская область	72

Место	Регион	IS	Место	Регион	IS
23	Владимирская область	110	49	Краснодарский край	65
24	Республика Адыгея	110	50	Ставропольский край	63
25	Рязанская область	106	51	Мурманская область	57
26	Республика Татарстан	104			

Источник: рассчитано по: Регионы России, 2002, часть 2. Госкомстат России. М., 2002, стр.539-540.

Представляет интерес выделение регионов, занимающих сильные позиции по производству молока (имеющие высокий индекс специализации), в каждом из федеральных округов. Результат такого ранжирования показан в таблице 8.

Таблица 8. Индекс специализации для ведущих регионов в каждом федеральном округе, среднее значение за 1999-2001 г.

Место	Регион	IS
Центральный федеральный округ		
1	Смоленская область	163
2	Ивановская область	137
3	Тверская область	129
4	Брянская область	120
5	Калужская область	113
6	Ярославская область	112
7	Владимирская область	110
8	Рязанская область	106
9	Костромская область	101
Северо-Западный федеральный округ		
1	Калининградская область	153
2	Псковская область	147
3	Вологодская область	123
4	Республика Карелия	113
Южный федеральный округ		
1	Республика Северная Осетия-Алания	121
2	Карачаево-Черкесская Республика	115
3	Республика Адыгея	110
4	Республика Ингушетия	104
Приволжский федеральный округ		
1	Кировская область	142
2	Нижегородская область	137
3	Республика Башкортостан	136
4	Чувашская республика	134
5	Пензенская область	130

Место	Регион	IS
6	Удмуртская республика	129
7	Республика Мордовия	115
8	Ульяновская область	114
9	Саратовская область	111
10	Республика Марий Эл	110
11	Республика Татарстан	104

Источник: рассчитано по: Регионы России, 2002, часть 2. Госкомстат России. М., 2002, 539-540.

Из представленных расчетов видно, что высокой специализацией в производстве молока характеризуются 9 из 17 регионов в Центральном федеральном округе, 4 из 8 в Северо-Западном, 4 из 12 в Южном и 11 из 15 в Приволжском федеральном округе. Таким образом, наибольшее количество регионов (73%), специализирующихся на производстве молока, сосредоточены в Приволжском федеральном округе, на втором месте находятся регионы Центрального федерального округа (53%), за ними следуют регионы Северо-запада России (50%) и на последнем месте в Европейской части России оказались регионы Южного федерального округа (33%).

Однако индекс специализации не является индикатором наличия конкурентных преимуществ в производстве молока у региона. Для их выявления были построены другие коэффициенты, учитывающие факторы, которые ранее не рассматривались. Для удобства все показатели мы обозначили как ICA (Index of Comparative Advantage) с порядковым номером.

О наличии конкурентных преимуществ у региона в производстве молока можно судить по тому, какое количество его вывозится за пределы региона. Для анализа этого аспекта строится система показателей, характеризующих ввоз (вывоз) молока с территории регионов.

Следует отметить, что официальная статистика не дает информации о товарных потоках, т.е. о направлении, в котором продукты, произведенные в регионе, вывозятся из этого региона. Для целей данного исследования делается предположение, что все вывозимое за пределы региона молоко, реализуется на Московский рынок. Возможно это довольно сильная предпосылка, но благодаря ей упрощается анализ и появляется возможность проводить сопоставление регионов.

На данном этапе необходимо выделить 2 уровня конкурентоспособности региона в производстве молока. Первый уровень конкурентоспособности возникает, когда регион вывозит сырое молоко, второй – когда регион вывозит произведенные молочные продукты. И в том и в другом случае можно говорить о конкурентоспособном молоке рассматриваемого региона.

§ 3.2. Конкурентные преимущества в производстве сырого молока

Для характеристики конкурентоспособности первого уровня мы рассчитываем следующие показатели (формулы 8 и 9):

Формула 8.

$$ICA_{i1} = X_{ir} - Z_i, \text{ где}$$

X_{ir} - производство молока с/х предприятиями i -ого региона;

Z_i - производство молочных продуктов i -ом регионе в пересчете на молоко.

Величина Z_i характеризует производство основных видов молочных продуктов. К ним относятся:

- Цельномолочная продукция;
- Масло животное;
- Сыр;
- Сухие молочные продукты.

Другие виды продуктов переработки молока (молочные консервы, мороженое, маргариновая продукция) не рассматриваются. Поскольку доля их в общем объеме производства очень мала, а по некоторым регионам вообще отсутствует информация, то мы считаем, что исключение этих продуктов из анализа не искажает общую картину.

Для расчета расхода молока на выработку одной единицы молочной продукции используются примерные коэффициенты пересчета (таблица 9):

Таблица 9. Примерные коэффициенты перевода продуктов переработки молока в основной вид продукции (молоко базисной жирности).

Наименование продуктов переработки	Коэффициент пересчета
Масло животное	20,3
Сыр	8,8
Сухие молокопродукты	7,3
Цельномолочная продукция	0,92

Источник: Министерство сельского хозяйства РФ.

Рассчитанный таким образом показатель ICA_1 отражает количество «свободного» молока, т.е. молока, которое не было реализовано сельскохозяйственными предприятиями на перерабатывающие заводы данного региона, и следовательно, может быть вывезено на переработку за его пределы. В то же время, отрицательное значение показателя свидетельствует о том, что потребности местных перерабатывающих заводов не могут быть удовлетворены за счет поставок сельскохозяйственных предприятий региона,

вследствие чего молоко завозится из других регионов. Однако мы понимаем, что подобные выводы можно делать только при предположении, что все молоко для переработки поставляют сельскохозяйственные предприятия (эта предпосылка ранее оговаривалась). В действительности молочные заводы могут закупать сырье и у ЛПХ, что не представляется возможным отследить в рамках сконструированной системы показателей.

Ранжирование регионов по значению ICA_1 приведено в таблице 10:

Таблица 10. Показатель сравнительных преимуществ (ICA_1) для регионов Европейской части России, среднее значение за 1999-2001 г, тыс. тонн.

Место	Регион	ICA_1	Место	Регион	ICA_1
1	Московская область	459,59	27	Республика Дагестан	28,26
2	Республика Татарстан	217,04	28	Брянская область	16,97
3	Краснодарский край	199,40	29	Кабардино-Балкарская Республика	14,20
4	Республика Башкортостан	133,79	30	Республика Северная Осетия-Алания	12,08
5	Оренбургская область	119,12	31	Ульяновская область	10,73
6	Нижегородская область	107,09	32	Республика Мордовия	10,60
7	Вологодская область	91,60	33	Республика Коми	9,44
8	Кировская область	83,97	34	Республика Карелия	8,07
9	Саратовская область	77,59	35	Республика Калмыкия	2,95
10	Курская область	72,52	36	Астраханская область	2,28
11	Владимирская область	66,85	37	Тамбовская область	1,94
12	Пермская область (в т.ч. Коми-Пермятский ао)	60,00	38	Мурманская область	0,84
13	Орловская область	56,82	39	Республика Ингушетия	0,42
14	Рязанская область	55,97	40	Республика Марий Эл	-0,10
15	Ярославская область	53,83	41	Ростовская область	-6,65
16	Тверская область	50,56	42	Республика Адыгея	-10,09
17	Удмуртская республика	49,96	43	Калининградская область	-11,05
18	Костромская область	48,18	44	Карачаево-Черкесская Республика	-11,56
19	Калужская область	45,21	45	Пензенская область	-16,26
20	Волгоградская область	44,63	46	Самарская область	-17,48
21	Белгородская область	43,35	47	Псковская область	-19,09
22	Тульская область	38,34	48	Воронежская область	-23,49
23	Чувашская республика	34,90	49	Новгородская область	-26,23
24	Архангельская область(в т.ч. Нен.ао)	32,37	50	Ставропольский край	-44,37
25	Ивановская область	32,30	51	Смоленская область	-152,51
26	Липецкая область	30,28			

Источник: рассчитано по: Агропромышленный комплекс России, 2002 г. Министерство сельского хозяйства РФ. М., 2002, стр. 123-124, 270-277.

Абсолютным лидером является Московская область, для которой значение показателя более чем в два раза превышает значение этого же показателя для следующей по рейтингу республики Татарстан.

Рассмотрим первые 20 регионов. Здесь позиции поделены поровну между регионами Центрального и Приволжского федеральных округов: в Центральном попало в лидеры 9 регионов (из 17), а в Приволжском – 8 (из 15). Следует отметить Вологодскую область из Северо-Западного округа, которая занимает в таблице 7 место, и Краснодарский край из Южного округа (находится на 3 месте).

Показатель ICA_1 характеризует абсолютные величины вывоза (ввоза) сырого молока. Таким образом, сравнивая регионы, мы не учитываем масштаб производства молока. Компенсировать этот недостаток помогает коэффициент ICA_2 , который рассчитывается по формуле 9:

Формула 9.

$$ICA_{2i} = \frac{X_{ir} - Z_i}{X_{ir}} * 100\%$$

Этот показатель характеризует долю «свободного» молока в общем объеме производства молока сельскохозяйственными предприятиями и позволяет выделить те регионы, которые вывозят большое количество сырого молока относительно его производства.

Результаты ранжирования регионов по значению показателя ICA_2 представлены в таблице 11.

Таблица 11. Индекс сравнительных преимуществ (ICA_2) для регионов Европейской части России, среднее значение за 1999-2001 г, %.

Место	Регион	ICA_2	Место	Регион	ICA_2
1	Республика Ингушетия	100,00%	27	Астраханская область	19,93%
2	Республика Калмыкия	96,98%	28	Рязанская область	19,91%
3	Республика Дагестан	73,95%	29	Тульская область	19,29%
4	Московская область	54,51%	30	Республика Коми	18,21%
5	Архангельская область(в т.ч. Нен. ао)	51,27%	31	Республика Карелия	16,38%
6	Республика Северная Осетия-Алания	44,82%	32	Удмуртская республика	13,81%
7	Костромская область	44,53%	33	Липецкая область	12,41%
8	Кабардино-Балкарская Республика	36,41%	34	Белгородская область	11,03%
9	Оренбургская область	33,69%	35	Брянская область	8,84%
10	Курская область	33,51%	36	Ульяновская область	6,51%
11	Орловская область	31,37%	37	Республика Мордовия	5,62%
12	Владимирская область	28,15%	38	Мурманская область	3,29%

Место	Регион	ICA ₂	Место	Регион	ICA ₂
13	Вологодская область	26,90%	39	Тамбовская область	1,63%
14	Республика Татарстан	25,87%	40	Республика Марий Эл	-0,08%
15	Саратовская область	25,48%	41	Ростовская область	-3,71%
16	Волгоградская область	25,40%	42	Воронежская область	-5,24%
17	Калужская область	25,04%	43	Самарская область	-6,91%
18	Ярославская область	23,33%	44	Пензенская область	-9,32%
19	Нижегородская область	23,18%	45	Калининградская область	-12,75%
20	Ивановская область	22,79%	46	Псковская область	-17,16%
21	Краснодарский край	22,03%	47	Ставропольский край	-24,05%
22	Тверская область	21,74%	48	Республика Адыгея	-26,84%
23	Чувашская республика	21,34%	49	Новгородская область	-46,00%
24	Кировская область	20,91%	50	Смоленская область	-82,92%
25	Республика Башкортостан	20,57%	51	Карачаево-Черкесская Республика	-126,48%
26	Пермская область (в т.ч. Коми-Пермятский ао)	20,29%			

Источник: рассчитано по: Агропромышленный комплекс России, 2002 г. Министерство сельского хозяйства РФ. М., 2002., стр. 123-124, 270-277.

Из таблицы видно, что самое высокое значение индекса оказалось у трех регионов Южного федерального округа: республик Ингушетия, Калмыкия и Дагестан. Большая часть произведенного молока вывозится за пределы этих регионов. В данном случае это не является свидетельством конкурентных преимуществ, а скорее отражает неразвитость перерабатывающей промышленности.

Сравним теперь результаты ранжирования по показателям ICA_1 и ICA_2 и отметим регионы, которые оказались в двадцатке лучших по значениям обоих коэффициентов.

Пересечение множества лидеров по значению ICA_1 с множеством лидеров по значению ICA_2 дает нам следующие результаты:

в Центральном федеральном округе выделяются Московская, Костромская, Орловская, Владимирская, Калужская, Ярославская и Курская области;

в Северо-Западном – Вологодская область;

в Южном - Волгоградская область;

в Приволжском федеральном округе – Оренбургская, Саратовская, Нижегородская области и республика Татарстан.

§ 3.3. Конкурентные преимущества в производстве молочных продуктов

Перейдем теперь к анализу второго уровня конкурентоспособности. На этом этапе строим показатели, которые характеризуют вывоз не только сырого молока, но и молока переработанного, т.е. в виде молочных продуктов. Как было сказано выше, рассмотрение такого рода показателей необходимо, поскольку в регионе могут быть предпосылки для эффективной переработке молока, в силу чего будут вывозиться молочные продукты, а не сырье для их производства.

Первый показатель в данной группе характеризует абсолютную величину вывоза (вывоза) молока и молочных продуктов (формула 10):

Формула 10.

$$ICA_{3i} = X_{iR} - C_i, \text{ где}$$

X_{iR} - объем производства молока в хозяйствах всех категорий i -ого региона;

C_i - объем потребления молока и молочных продуктов в пересчете на молоко в i -ом регионе.

Ранжирование по показателю ICA_3 приведено в таблице 12.

Таблица 12. Показатель сравнительных преимуществ (ICA_3) для регионов Европейской части России, среднее значение за 1999-2001 г, тыс. тонн.

Место	Регион	ICA_3	Место	Регион	ICA_3
1	Республика Башкортостан	396,8	27	Владимирская область	57,0
2	Краснодарский край	342,2	28	Тульская область	54,4
3	Белгородская область	307,0	29	Костромская область	48,0
4	Республика Татарстан	246,5	30	Кабардино-Балкарская Республика	47,2
5	Кировская область	238,9	31	Республика Марий Эл	47,2
6	Вологодская область	198,6	32	Ульяновская область	37,6
7	Воронежская область	192,1	33	Волгоградская область	34,2
8	Курская область	173,0	34	Республика Северная Осетия-Алания	24,1
9	Смоленская область	173,0	35	Ростовская область	21,7
10	Удмуртская республика	160,5	36	Карачаево-Черкесская Республика	20,6
11	Саратовская область	141,6	37	Республика Адыгея	17,6
12	Оренбургская область	138,8	38	Ивановская область	15,9
13	Орловская область	133,9	39	Новгородская область	12,3
14	Республика Мордовия	123,7	40	Архангельская область(в т.ч. Нен.ао)	5,5
15	Брянская область	120,9	41	Калининградская область	5,1

Место	Регион	ICA ₃	Место	Регион	ICA ₃
16	Рязанская область	113,0	42	Пермская область (в т.ч. Коми-Пермятский ао)	0,5
17	Нижегородская область	111,4	43	Республика Ингушетия	-17,2
18	Псковская область	107,6	44	Республика Дагестан	-29,9
19	Тверская область	107,0	45	Самарская область	-32,6
20	Липецкая область	104,8	46	Республика Калмыкия	-36,6
21	Чувашская республика	104,0	47	Астраханская область	-51,3
22	Пензенская область	100,1	48	Республика Карелия	-60,3
23	Калужская область	82,5	49	Мурманская область	-88,1
24	Тамбовская область	81,9	50	Республика Коми	-120,0
25	Ставропольский край	65,9	51	Московская область	-524,0
26	Ярославская область	61,3			

Источник: рассчитано по: Агропромышленный комплекс России, 2002 г. Министерство сельского хозяйства РФ. М., 2002., стр. 123-124. Регионы России, 2002, часть 2. Госкомстат России. М., 2002, стр. 146-147.

Стоит обратить внимание на регионы с противоположными по знаку значениями показателей ICA_1 и ICA_3 . Так, Московская область, будучи лидером по количеству вывозимого сырого молока, оказалась на последнем месте при анализе вывоза (ввоза) молочных продуктов (за период 1999-2001 гг. в среднем в регион ввозилось 524 тыс. тонн молока и молочных продуктов в пересчете на молоко в год). Объяснение этому можно найти в том, что производимое сырое молоко поставляется на переработку на молочные заводы Москвы (поэтому в статистике учитывается как вывезенное из региона), а высокий уровень потребления молочных продуктов заставляет завозить эти продукты из других регионов (в первую очередь, опять же из Москвы).

Противоположная ситуация наблюдается в Воронежской, Смоленской и Псковской областях. Для них характерен ввоз сырого молока, но вывоз молочных продуктов.

Подобно показателю ICA_1 , показатель ICA_3 измеряется в абсолютных величинах. Поэтому при сравнении регионов не учитывается масштаб производства, но с другой стороны, значение этого показателя характеризует потенциал регионов при предпосылке о реализации продукции на Московском рынке.

Аналогично ICA_2 , для характеристики второго уровня конкурентоспособности рассчитывается относительный показатель ICA_4 (формула 11):

Формула 11.

$$ICA_{4i} = \frac{X_{iR} - C_i}{X_{iR}} * 100\%$$

Этот индекс характеризует долю ввоза (вывоза) молока и молочных продуктов в общем объеме производства молока в регионе.

Ранжирование регионов по индексу ICA_4 представлено в таблице 13.

Таблица 13. Индекс сравнительных преимуществ (ICA_4) для регионов Европейской части России, среднее значение за 1999-2001 г, %.

Место	Регион	ICA_4	Место	Регион	ICA_4
1	Белгородская область	47,83%	27	Республика Северная Осетия-Алания	16,87%
2	Вологодская область	40,05%	28	Республика Адыгея	16,84%
3	Орловская область	39,61%	29	Саратовская область	16,75%
4	Смоленская область	39,60%	30	Владимирская область	16,11%
5	Курская область	38,51%	31	Тульская область	15,63%
6	Кировская область	34,92%	32	Карачаево-Черкесская Республика	14,36%
7	Псковская область	33,68%	33	Нижегородская область	12,96%
8	Республика Мордовия	30,24%	34	Ставропольский край	12,39%
9	Удмуртская республика	28,43%	35	Ульяновская область	10,52%
10	Калужская область	27,40%	36	Новгородская область	8,30%
11	Краснодарский край	27,34%	37	Ивановская область	6,76%
12	Липецкая область	26,70%	38	Волгоградская область	6,24%
13	Тамбовская область	25,43%	39	Архангельская область(в т.ч. Нен. ао)	3,18%
14	Воронежская область	25,01%	40	Ростовская область	2,60%
15	Республика Башкортостан	24,76%	41	Калининградская область	2,28%
16	Брянская область	24,64%	42	Пермская область (в т.ч. Коми-Пермятский ао)	0,07%
17	Рязанская область	24,40%	43	Самарская область	-5,34%
18	Пензенская область	22,28%	44	Республика Дагестан	-10,79%
19	Тверская область	22,14%	45	Астраханская область	-43,74%
20	Чувашская республика	21,90%	46	Республика Ингушетия	-44,47%
21	Костромская область	20,32%	47	Московская область	-52,32%
22	Оренбургская область	18,94%	48	Республика Карелия	-73,87%
23	Кабардино-Балкарская Республика	18,74%	49	Республика Калмыкия	-78,09%
24	Республика Татарстан	17,79%	50	Республика Коми	-116,03%
25	Ярославская область	17,35%	51	Мурманская область	-332,64%
26	Республика Марий Эл	17,35%			

Источник: рассчитано по: Агропромышленный комплекс России, 2002 г. Министерство сельского хозяйства РФ. М., 2002, 123-124. Регионы России, 2002, часть 2. Госкомстат России. М., 2002, стр. 146-147.

Проанализировав результаты, представленные в таблицах 12 и 13, можно сделать вывод, что рейтинг регионов, составленный по значению показателя ICA_3 незначительно изменился при построении индекса ICA_4 и сравнении его значений. Стоит отметить, что из первой двадцатки выбыли 4 региона: Оренбургская область сместилась с 12 места в таблице 9 на 22 место в таблице 10, Республика Татарстан перешла с 4 места на 24, Нижегородская область – с 17 на 23 и Саратовская область – с 11 на 29.

Таким образом, совместный анализ результатов ранжирования по показателям ICA_3 и ICA_4 позволяет выделить группу регионов, обладающих конкурентоспособностью второго уровня:

в Центральном федеральном округе – Белгородская, Орловская, Смоленская, Курская, Липецкая, Воронежская, Брянская, Рязанская, Тверская области;

в Северо-Западном округе – Вологодская и Псковская области;

в Южном – Краснодарский край;

в Приволжском федеральном округе – Кировская область, Республики Мордовия, Башкортостан и Удмуртская Республика.

Для сравнения регионов и подтверждения наличия конкурентоспособности второго уровня представляется интересным рассмотреть показатель ICA_5 (формула 12).

Формула 12.

$$ICA_{5i} = \frac{X_{iR}}{N_i} - \frac{C_i}{N_i} = \frac{ICA_{3i}}{N_i}, \text{ где}$$

N_i - численность населения i -ого региона.

Этот показатель представляет собой некую модификацию ICA_3 , но в отличие от последнего позволяет сравнивать сопоставимые величины, поскольку учитывает количество жителей регионов.

Ранжирование по значению показателя ICA_5 представлено в таблице 14.

Таблица 14. Показатель сравнительных преимуществ (ICA_5) для регионов Европейской части России, среднее значение за 1999-2001 г, кг на человека.

Место	Регион	ICA_5	Место	Регион	ICA_5
1	Белгородская область	205,0	27	Саратовская область	52,6
2	Смоленская область	155,4	28	Республика Северная Осетия-Алания	52,6
3	Вологодская область	151,7	29	Ярославская область	43,9
4	Кировская область	151,7	30	Республика Адыгея	39,5
5	Орловская область	150,4	31	Владимирская область	35,9
6	Псковская область	136,4	32	Тульская область	31,7
7	Республика Мордовия	134,6	33	Нижегородская область	30,6
8	Курская область	133,2	34	Ульяновская область	25,9
9	Удмуртская республика	98,9	35	Ставропольский край	24,8
10	Республика Башкортостан	96,8	36	Новгородская область	17,0
11	Рязанская область	88,9	37	Ивановская область	13,2
12	Брянская область	84,9	38	Волгоградская область	12,9
13	Липецкая область	84,8	39	Калининградская область	5,3
14	Воронежская область	78,8	40	Ростовская область	5,0

Место	Регион	ICA ₅	Место	Регион	ICA ₅
15	Калужская область	77,2	41	Архангельская область(в т.ч. Нен.ао)	3,8
16	Чувашская республика	76,9	42	Пермская область (в т.ч. Коми-Пермятский ао)	0,1
17	Кабардино-Балкарская Республика	69,4	43	Самарская область	-10,0
18	Краснодарский край	68,5	44	Республика Дагестан	-13,8
19	Тверская область	68,0	45	Республика Ингушетия	-38,1
20	Пензенская область	66,0	46	Республика Калмыкия	-46,6
21	Республика Татарстан	65,3	47	Астраханская область	-50,6
22	Тамбовская область	65,1	48	Республика Карелия	-79,3
23	Оренбургская область	62,8	49	Московская область	-81,4
24	Республика Марий Эл	62,6	50	Мурманская область	-89,2
25	Костромская область	62,0	51	Республика Коми	-106,5
26	Карачаево-Черкесская Республика	61,5			

Источник: рассчитано по: Агропромышленный комплекс России, 2002 г. Министерство сельского хозяйства РФ. М., 2002, стр. 37-38, 123-124. Регионы России, 2002, часть 2. Госкомстат России. М., 2002, стр. 146-147.

Данные таблицы 14 демонстрируют ситуацию аналогичную представленной в таблице 13, а следовательно, сопоставление регионов по значению ICA_5 подтверждает результаты ранжирования по значениям ICA_3 и ICA_4 . Поэтому выводы относительно группы регионов, для которых характерна конкурентоспособность второго уровня, остаются прежними, т.е. состав этой группы не изменяется.

Итак, нам удалось выделить две группы регионов, молоко которых может претендовать на то, чтобы быть названным конкурентоспособным. У этих групп есть пересечение – молоко в Орловской, Курской и Вологодской областях оказалось конкурентным на первом и втором уровне.

§ 3.4. Интегральная оценка конкурентоспособности молочного сектора регионов

Рассмотренные выше показатели конкурентных преимуществ ICA_1 , ICA_2 , ICA_3 , ICA_4 , ICA_5 являются простыми индикаторами конкурентоспособности, но не содержат информации о природе конкурентных преимуществ. Поэтому следующим шагом исследования стало построение дополнительных индексов, которые включают ранее не учтенные факторы и позволяют получить более полную картину о конкурентных преимуществах регионов в производстве молока.

Индекс сравнительных преимуществ ICA_6 рассчитывается по формуле 13.

Формула 13.

$$ICA_{6i} = \left(\frac{X_{ir}}{n_{ir}} \right) / \left(\frac{\sum_{i=1}^k X_{ir}}{\sum_{i=1}^k n_{ir}} \right) * 100\%, \text{ где}$$

X_{ir} - объем производства молока в сельскохозяйственных организациях i -ого региона;

n_{ir} - количество голов коров в сельскохозяйственных организациях i -ого региона;

k – количество рассматриваемых регионов (в нашем случае $k=51$).

Этот показатель позволяет определить, на сколько процентов величина удоев на 1 корову в регионе превышает величину удоев на 1 корову в среднем по европейской части России (для этого из значения показателя нужно вычесть 100%).

Фактически ICA_6 отражает производительность коров региона. Только этот показатель не носит размерности, что делает его более удобным в применении к сопоставлению регионов. Более того, с помощью ICA_6 можно увидеть, как изменяется положение региона в рейтинге при изменении его доли в общем объеме производства молока по всей Европейской части, а также при изменении доли коров, находящихся в сельскохозяйственных организациях данного региона в общей численности коров по Европейской части России. Для этого его следует переписать в виде:

$$ICA_{6i} = \left(\frac{X_{ir}}{\sum_{i=1}^k X_{ir}} \right) / \left(\frac{n_{ir}}{\sum_{i=1}^k n_{ir}} \right) * 100\% .$$

Ранжирование по индексу ICA_6 представлено в таблице 15.

Таблица 15. Индекс сравнительных преимуществ (ICA_6) для регионов Европейской части России, среднее значение за 1999-2001 г, %.

Место	Регион	ICA_6	Место	Регион	ICA_6
1	Мурманская область	197	27	Ивановская область	89
2	Московская область	154	28	Ульяновская область	88
3	Владимирская область	129	29	Воронежская область	87
4	Краснодарский край	126	30	Республика Адыгея	87
5	Республика Татарстан	120	31	Оренбургская область	84
6	Удмуртская республика	117	32	Костромская область	83
7	Вологодская область	117	33	Республика Мордовия	82
8	Пермская область (в т.ч. Коми-Пермятский ао)	114	34	Республика Коми	81
9	Республика Карелия	111	35	Тульская область	81
10	Нижегородская область	111	36	Брянская область	81
11	Чувашская республика	110	37	Пензенская область	79
12	Кировская область	110	38	Тверская область	78
13	Республика Марий Эл	109	39	Тамбовская область	78
14	Республика Северная Осетия-Алания	107	40	Смоленская область	77
15	Белгородская область	106	41	Новгородская область	77
16	Саратовская область	105	42	Волгоградская область	74
17	Калининградская область	103	43	Ростовская область	73
18	Ставропольский край	102	44	Архангельская область(в т.ч. Нен.ао)	72
19	Самарская область	100	45	Курская область	72
20	Ярославская область	100	46	Псковская область	69
21	Липецкая область	99	47	Республика Калмыкия	65
22	Кабардино-Балкарская Республика	99	48	Астраханская область	63
23	Калужская область	96	49	Карачаево-Черкесская Республика	60
24	Орловская область	95	50	Республика Дагестан	51
25	Рязанская область	95	51	Республика Ингушетия	37
26	Республика Башкортостан	94			

Источник: рассчитано по: Агропромышленный комплекс России, 2002 г. Министерство сельского хозяйства РФ. М., 2002, стр. 113-114, 123-124.

Рассмотрим пересечение ранее выделенных групп регионов с лидерами по значению ICA_6 . Пересечение с первой группой позволяет нам выделить Московскую, Владимирскую, Ярославскую, Вологодскую, Нижегородскую, Саратовскую области и Республику Татарстан. Пересечение со второй группой дает Белгородскую, Вологодскую, Кировскую области, Удмуртскую Республику и Краснодарский край.

Следующий индекс строится с целью учесть фактор величины сельскохозяйственных предприятий (формула 14).

Формула 14.

$$ICA_{7i} = \left(\frac{X_{ir}}{S_{ir}} \right) / \left(\frac{\sum_{i=1}^k X_{ir}}{\sum_{i=1}^k S_{ir}} \right) * 100\%, \text{ где}$$

X_{ir} - объем производства молока в сельскохозяйственных организациях i -ого региона;

S_{ir} - площадь всех сельскохозяйственных культур i -ого региона.

При построении ICA_7 учитывались площади всех сельскохозяйственных культур как некое приближенное значение размера сельскохозяйственных предприятий и их количества. Таким образом, данный показатель характеризует удельное производство молока региона по сравнению с удельным производством молока в среднем по Европейской части России (под «удельным» в данном случае понимается производство молока в расчете на единицу сельскохозяйственных площадей).

Теперь выделяем регионы с наибольшим значением показателя ICA_7 (таблица 16) и проводим сопоставление с ранее отобранными группами.

Таблица 16. Индекс сравнительных преимуществ (ICA_7) для регионов Европейской части России, среднее значение за 1999-2001 г, %.

Место	Регион	ICA_7	Место	Регион	ICA_7
1	Мурманская область	1123	27	Тульская область	113
2	Московская область	460	28	Липецкая область	111
3	Республика Карелия	403	29	Новгородская область	109
4	Республика Коми	327	30	Псковская область	102
5	Владимирская область	261	31	Воронежская область	102
6	Вологодская область	258	32	Республика Адыгея	92
7	Ярославская область	210	33	Республика Башкортостан	92
8	Калужская область	179	34	Курская область	84
9	Ивановская область	177	35	Орловская область	81
10	Калининградская область	174	36	Республика Северная Осетия-Алания	79
11	Нижегородская область	165	37	Ульяновская область	75
12	Удмуртская республика	165	38	Кабардино-Балкарская Республика	67
13	Архангельская область(в т.ч. Нен. ао)	157	39	Самарская область	66
14	Республика Татарстан	148	40	Республика Дагестан	65
15	Рязанская область	148	41	Пензенская область	62
16	Белгородская область	146	42	Астраханская область	61
17	Кировская область	132	43	Тамбовская область	45
18	Тверская область	131	44	Оренбургская область	43

Место	Регион	ICA ₇	Место	Регион	ICA ₇
19	Краснодарский край	130	45	Саратовская область	40
20	Республика Марий Эл	126	46	Карачаево-Черкесская Республика	35
21	Чувашская республика	125	47	Волгоградская область	35
22	Костромская область	123	48	Ставропольский край	34
23	Пермская область (в т.ч. Коми-Пермятский ао)	122	49	Ростовская область	24
24	Смоленская область	121	50	Республика Калмыкия	6
25	Республика Мордовия	117	51	Республика Ингушетия	4
26	Брянская область	114			

Источник: рассчитано по: Агропромышленный комплекс России, 2002 г. Министерство сельского хозяйства РФ. М., 2002, стр. 56-70, 123-124.

Обращает на себя внимание высокое значение коэффициента для Мурманской области. Это объясняется тем, что в данном регионе незначительные посевные площади сельскохозяйственных культур: в среднем за период с 1999 по 2001 г величина площадей составила 12 тысяч гектаров, что на порядок ниже, чем во всех остальных регионах (источник: Агропромышленный комплекс России, 2002 г.).

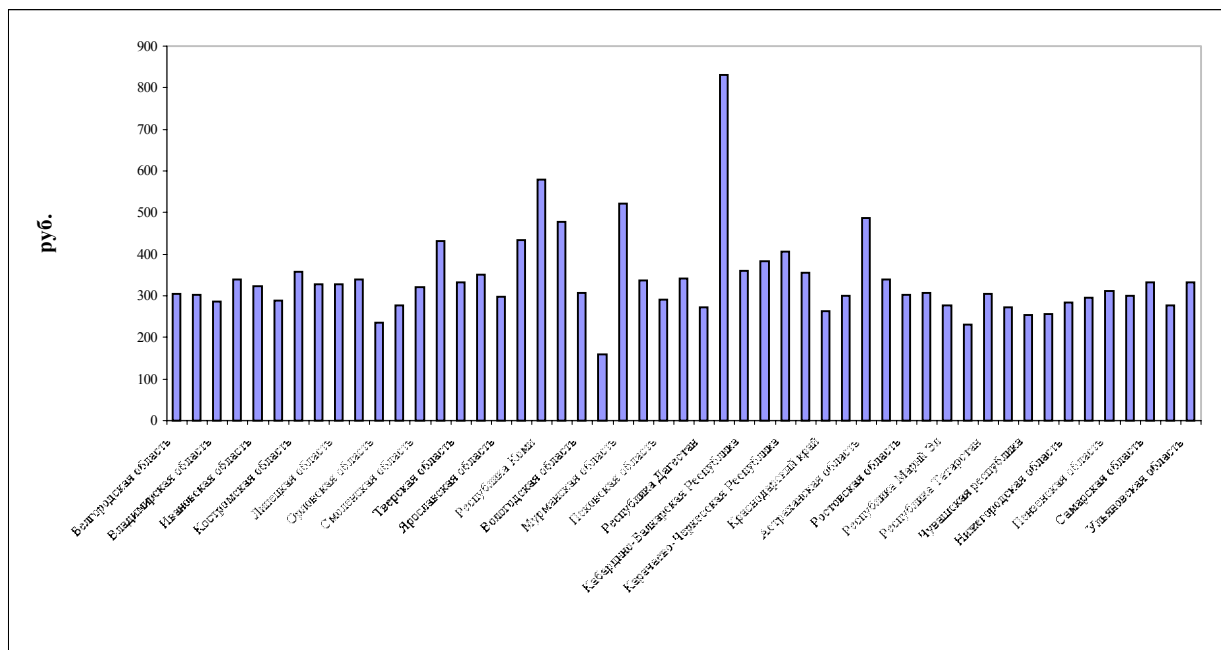
Пересечение лидеров по показателю ICA_7 с группой регионов, обладающих конкурентными преимуществами первого уровня, позволяет выделить Московскую, Владимирскую, Ярославскую, Калужскую, Вологодскую, Нижегородскую области и Республику Татарстан.

Пересечение со второй группой дает Белгородскую, Рязанскую, Тверскую, Вологодскую и Кировскую области, Удмуртскую Республику и Краснодарский край.

На данном этапе у нас вырисовывается определенная картина относительно регионов, молоко которых может быть признано конкурентоспособным. Однако анализ нельзя считать полным, если оставить без внимания стоимость производства молока, поскольку одним из важных факторов, определяющих конкурентоспособность производимого молока, является цена, по которой регионы готовы предлагать свою продукцию московским заводам. При предпосылке о сравнимом качестве молочные заводы Москвы и Подмосковья будут отдавать предпочтение более дешевому сырью. Предположив, что сельскохозяйственные организации всех регионов закладывают одинаковую маржу на молоко (под маржой в данном случае понимается разница между ценой, по которой молоко реализуется на переработку, и его себестоимостью), можно утверждать, что более конкурентоспособно молоко, себестоимость производства которого ниже.

Поэтому следующим шагом стало сравнение стоимости производства молока по регионам. Рисунок 10 наглядно показывает, что себестоимость по регионам различается довольно сильно.

Рис 10. Производственная себестоимость 1 ц молока, руб., среднее значение за 1999-2001 г.



Источник: построено по: Производственно-экономические показатели развития агропромышленного комплекса в России в 2001 г. Министерство сельского хозяйства РФ. М., 2002, стр. 342-343.

Причины подобной дифференциации могут быть различные (разные затраты на оплату труда, содержание основных средств, корма) но среди главных стоит выделить неодинаковую производительность молочного стада и характер применяемых технологий. Два последних фактора тесно между собой связаны. Можно сделать предположение, что для обеспечения меньшей себестоимости основное значение имеет наличие у производителей региона новейшего, более совершенного оборудования, применение новых разработок для улучшения сбора и условий хранения молока, т.е. согласно Портеру, использование развитых факторов производства. Таким образом, низкая себестоимость является отражением конкурентных преимуществ более высокого порядка, т.е. преимуществ технологических. Однако простое сопоставление себестоимости не позволяет нам сделать вывод о том, какие регионы окажутся наиболее конкурентны на рынке Москвы и Подмосквья. Необходимо учитывать тот факт, что расстояние до Москвы неодинаковое. Перевозка молока требует дополнительных затрат, что приводит к увеличению стоимости молока. Под влиянием транспортных издержек стоимость может вырасти столь значительно, что сделает регион неконкурентоспособным по сравнению с

другими поставщиками. Чтобы учесть действие фактора расстояния предлагается ввести некоторые упрощающие анализ предпосылки:

- Молоко перевозится цистернами вместимостью 10 тонн;
- Стоимость перевозки зависит только от стоимости расходуемого топлива;
- Цена бензина одинаковая на всей Европейской части России.

Отсюда можно заключить, что затраты на транспортировку зависят только от расстояния. Предположим также, что стоимость перевозки одной цистерны составляет 10 рублей за километр (такое допущение основано на анализе тарифов на перевозки грузов автотранспортом по России и выведении средней величины). Рассмотрим теперь как изменится стоимость молока при включении транспортных затрат, обозначив этот показатель как ICA_8 (таблица 17).

Таблица 17. Себестоимость 1 ц молока с учетом затрат на перевозку, среднее значение за 1999-2001 г, руб.

Место	Регион	ICA_8	Место	Регион	ICA_8
1	Орловская область	274	27	Костромская область	394
2	Калининградская область	288	28	Воронежская область	397
3	Республика Мордовия	295	29	Новгородская область	398
4	Рязанская область	296	30	Ростовская область	410
5	Владимирская область	305	31	Краснодарский край	416
6	Калужская область	307	32	Ульяновская область	421
7	Ярославская область	326	33	Пермская область (в т.ч. Коми-Пермятский ао)	438
8	Нижегородская область	327	34	Самарская область	442
9	Чувашская республика	331	35	Оренбургская область	443
10	Московская область	338	36	Волгоградская область	450
11	Брянская область	340	37	Республика Башкортостан	460
12	Кировская область	346	38	Ставропольский край	463
13	Тверская область	348	39	Тамбовская область	480
14	Ивановская область	355	40	Республика Дагестан	489
15	Вологодская область	356	41	Республика Адыгея	510
16	Псковская область	359	42	Республика Карелия	527
17	Саратовская область	362	43	Республика Северная Осетия-Алания	548
18	Смоленская область	363	44	Кабардино-Балкарская Республика	548
19	Республика Марий Эл	364	45	Республика Калмыкия	568
20	Тульская область	370	46	Карачаево-Черкесская Республика	573
21	Белгородская область	374	47	Архангельская область (в т.ч. Нен.ао)	591
22	Липецкая область	378	48	Астраханская область	640
23	Курская область	382	49	Мурманская область	718
24	Пензенская область	383	50	Республика Коми	730

Место	Регион	ICA ₈	Место	Регион	ICA ₈
25	Республика Татарстан	385	51	Республика Ингушетия	1031
26	Удмуртская республика	386			

Источник: Производственно-экономические показатели развития агропромышленного комплекса в России в 2001 г. Министерство сельского хозяйства РФ. М., 2002, стр. 342-343. Усредненные данные о тарифах на перевозку различных транспортных компаний.

Проведем теперь сопоставление ранее выделенных регионов с результатами таблицы 17.

Первая группа теперь представлена регионами с высокими значениями показателей $ICA_1, ICA_2, ICA_6, ICA_7$ и ICA_8 :

Московская область;

Владимирская область;

Ярославская область;

Вологодская область;

Вторая группа регионов составлена на основании высоких значений

$ICA_3, ICA_4, ICA_5, ICA_6, ICA_7$ и ICA_8 :

Белгородская область;

Вологодская область;

Кировская область.

На заключительном этапе анализа предлагаем рассмотреть для первой группы регионов еще один показатель q_i , который рассчитывается по формуле 15, и представляет собой долю реализованного сельскохозяйственными организациями молока в общем объеме произведенного ими молока.

Формула 15.

$$q_i = \frac{V_{ir}}{X_{ir}}, \text{ где}$$

V_{ir} - объем реализованного молока сельскохозяйственными предприятиями i -ого региона;

X_{ir} - объем произведенного молока сельскохозяйственными предприятиями i -ого региона.

При построении данного коэффициента делалось предположение, что если производимое молоко не реализуется, то говорить о его конкурентоспособности вряд ли возможно. И наоборот, чем выше доля реализованного молока в произведенном, тем степень его востребованности больше, и тем выше его конкурентоспособность.

Ранжирование регионов приведено в таблице 18.

Таблица 18. Доля реализованного молока сельскохозяйственными организациями в общем объеме произведенного молока сельскохозяйственными организациями, среднее значение 1999-2001г.

Место	Регион	q	Место	Регион	q
1	Псковская область	0,98	27	Нижегородская область	0,81
2	Республика Карелия	0,97	28	Республика Северная Осетия-Алания	0,80
3	Республика Ингушетия	0,96	29	Смоленская область	0,80
4	Московская область	0,93	30	Ульяновская область	0,80
5	Мурманская область	0,92	31	Калининградская область	0,80
6	Владимирская область	0,90	32	Ставропольский край	0,80
7	Вологодская область	0,89	33	Брянская область	0,79
8	Ярославская область	0,88	34	Воронежская область	0,78
9	Республика Марий Эл	0,87	35	Республика Башкортостан	0,78
10	Ивановская область	0,86	36	Архангельская область (в т.ч. Нее. АО)	0,77
11	Новгородская область	0,85	37	Республика Татарстан	0,76
12	Краснодарский край	0,84	38	Тамбовская область	0,75
13	Республика Коми	0,84	39	Республика Мордовия	0,75
14	Удмуртская республика	0,84	40	Липецкая область	0,74
15	Пензенская область	0,84	41	Республика Дагестан	0,74
16	Кировская область	0,84	42	Кабардино-Балкарская Республика	0,74
17	Тверская область	0,83	43	Волгоградская область	0,73
18	Пермская область (в т.ч. Коми-Пермятский ао)	0,83	44	Астраханская область	0,73
19	Костромская область	0,82	45	Орловская область	0,73
20	Белгородская область	0,82	46	Ростовская область	0,72
21	Карачаево-Черкесская Республика	0,82	47	Курская область	0,72
22	Калужская область	0,82	48	Саратовская область	0,69
23	Самарская область	0,82	49	Республика Адыгея	0,67
24	Чувашская республика	0,82	50	Оренбургская область	0,66
25	Рязанская область	0,81	51	Республика Калмыкия	0,57
26	Тульская область	0,81			

Источник: рассчитано по: Реализация сельскохозяйственной продукции сельскохозяйственными предприятиями в 2001 г, стр.107-114. Госкомстат России. М., 2002, стр. 479. Агропромышленный комплекс России, 2002 г. Министерство сельского хозяйства РФ. М., 2002, стр. 123-124.

Мы понимаем, что показатель q_i имеет ряд недостатков. Во-первых, данные о реализации молока не учитывают теневые обороты, т.е. могут давать заниженную оценку. Во-вторых, сельскохозяйственные предприятия могут реализовывать молоко ЛПХ, в результате чего показатель оказывается завышен. И наконец, мы оставляем без внимания тот факт, что часть молока остается на внутреннюю переработку (производство творога, масла, сыра) и на откорм скота.

Однако перечисленные слабые стороны коэффициента не должны приводить к искажениям итоговых результатов. Согласно данным годового обзора Института

экономики переходного периода за 2002 год теневой оборот начиная с 1998 года начал существенно сокращаться⁶. Что касается собственной переработки молока сельхозпредприятиями, это не должно приводить к большим погрешностям, поскольку далеко не все предприятия оставляют молоко для производства молочных продуктов, а мы берем усредненные данные по регионам. Учитывая приведенные аргументы, можно считать, что показатель q_i характеризует долю конкурентоспособного молока, производимого в сельскохозяйственных организациях.

Анализ результатов таблицы 18 подтверждает сделанные ранее выводы относительно первой группы регионов и не изменяет ее состав. Это Московская, Владимирская, Ярославская и Вологодская области.

⁶Российская экономика в 2002 году. Web: <http://www.iet.ru/trend/2002>

V. Глава 4. Выводы и рекомендации

Начиная с 2000 года наметилась положительная тенденция в уровне потребления молока и молочных продуктов в России. Уже в 2001 году было достигнуто докризисное значение 221 кг на человека в год. Поскольку спрос на молочные продукты является эластичным по доходу, то основным фактором роста их потребления можно считать рост реальных располагаемых доходов населения.

Лидерами по потреблению молочных продуктов являются Москва и Московская область, здесь же сосредоточены самые крупные перерабатывающие предприятия, занимающие большую долю молочного рынка России.

В условиях растущего спроса на свою продукцию, молочные гиганты сталкиваются с серьезной проблемой нехватки сырья для производства— сельскохозяйственные предприятия Подмосковья не в состоянии обеспечить поставки необходимого количества сырого молока. Личные подсобные хозяйства, на долю которых приходится почти половина всего произведенного молока, не рассматриваются молочными заводами в качестве надежных партнеров, поскольку во-первых, закупленное у них молоко не всегда соответствует установленным стандартам, во-вторых, отсутствуют гарантии регулярных поставок и наконец, заключение большого числа контрактов неизбежно приводит к росту транзакционных издержек.

Заинтересованность перерабатывающих предприятий в развитии своих сырьевых зон заставляет их искать поставщиков в других регионах. Потребность в стабильных поставках качественного молока стимулирует переработчиков устанавливать долгосрочные связи с производителями сырья. Многие крупные молочные компании уже сейчас ведут активную политику в установлении тесных контактов со своими поставщиками, выраженную через выдачу кредитов на льготных условиях, аренду оборудования. Компания «Вимм-Билль-Данн» в рамках программы «Молочные реки» приобрела для производителей молока комбайны, так как одну из причин снижения объема производства видит в снижении производства кормов, что в свою очередь связано с плохим состоянием сельхозтехники. Таким образом, основным инвестором производителей молока становятся перерабатывающие предприятия.

Однако любое предприятие как рациональный агент, действующий в рамках рыночной системы, заинтересовано в эффективности своих вложений и стабильности доходов. Поэтому самым главным фактором, определяющим направление инвестиций, является наличие у производителей того или иного региона конкурентных преимуществ в производстве молока. Другими словами, для молочных компаний инвестиционная

привлекательность регионов связана прежде всего с конкурентоспособностью производимого в регионе молока.

Проведенный анализ позволил выделить в качестве наиболее привлекательных регионов, поставщиков сырого молока, Вологодскую, Ярославскую и Владимирскую области. Также наличие конкурентных преимуществ показала Московская область. Следовательно, молочным заводам Москвы и Подмоскovie имеет смысл налаживать отношения с производителями данных регионов и проводить инвестиции в их развитие.

В ходе исследования была выделена другая группа регионов, в которую попали Белгородская, Вологодская и Кировская области. Эта группа характеризуется наличием конкурентных преимуществ на более высоком уровне, в производстве молочных продуктов. В отношении таких регионов можно рекомендовать налаживать на их территории производство молочной продукции, инвестировать в предприятия по переработке молока.

Изучение особенностей молочного животноводства регионов Европейской части России привело к выводу о том, что наблюдается тенденция к специализации на производстве молока в соответствии с наличием конкурентных преимуществ. Такая ситуация характерна для Вологодской, Ярославской, Владимирской и Кировской областей. Это является свидетельством того, что за годы реформ рыночная структура агропродовольственного рынка получила заметное развитие. На смену централизованной системе планирования торговли пришли рыночные торговые отношения. Теряет силу роль государства в распределении агропродовольственной продукции по территории страны, на первое место выходят рыночные механизмы взаимодействия поставщиков и потребителей, растет значимость конкуренции.

В то же время остаются еще регионы, где сельскохозяйственные предприятия специализируются на производстве молока при отсутствии явных сравнительных преимуществ в этой области. В качестве примера можно привести Смоленскую, Псковскую, Ивановскую области. В подобных регионах необходимо проводить политику переориентации сельхозпроизводителей на более эффективные направления, а в случае отсутствия таковых, сокращать численность людей, занятых в АПК региона.

Интересное положение занимает Московская область. Проведенный анализ показал наличие здесь конкурентных преимуществ в производстве молока, однако индекс специализации оказался достаточно низким. В данном случае можно говорить о целесообразности развития местного молочного животноводства, поскольку все предпосылки для этого есть и потенциал еще не исчерпан.

Отдельно следует выделить Вологодскую область. Это единственный регион, продемонстрировавший высокие значения всех построенных индикаторов конкурентных преимуществ. Вологодская область – старейший в России район молочного животноводства. Эта отрасль занимает ведущее значение в сельском хозяйстве области. На ее долю приходится 70% товарной продукции. Проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что данный регион в молочном секторе характеризуется наибольшим конкурентным потенциалом.

Результаты данной работы могут быть использованы специалистами, занятыми анализом государственной политики. При определении уровня государственного регулирования агропродовольственного сектора страны необходимо оценивать уровень государственной поддержки, реально оказываемой сельскохозяйственным предприятиям. Подобная оценка чаще всего основывается на сопоставлении внутренних и мировых цен на агропродовольственные товары. Для расчета уровня государственной поддержки молочного сектора России и проведения его сопоставления с показателями для других стран в качестве внутренней цены молока можно предложить рассматривать цену молока Вологодской области.

VI. Список используемой литературы

Монографии

1. Г.Л. Азоев, А.П. Челенков. Конкурентные преимущества фирмы. М.: ОАО «Типография «НОВОСТИ», 2000.
2. И.М. Лифиц. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг. М.: Юрайт, 2001.
3. М. Портер. Конкуренция/ Перевод с английского. М.: Издательский дом «Вильямс», 2000.
4. М. Портер. Международная конкуренция / Перевод с английского под ред. В.Д. Щетинина. М.: Международные отношения, 1993.
5. Е.В. Серова, И.Г. Храмова, Н. Карлова, О. Колинко. Агропродовольственные рынки России: опыт исследования/ под ред. Е.В. Серовой. М.: ИЭПП, 2000, с. 60-105.
6. Ю.В. Фетисова. Мотивация вертикальной интеграции в молочном секторе России. М.: ВШЭ, 2002.
7. I. Tsahok. Agricultural price policy: a practitioner's guide to partial-equilibrium analysis. Cornell University Press, 1990, pp. 105-130.
8. P. Wehrheim, E. Serova, K. Frohberg, and J. von Braun (eds.) „Russia’s Agro-food Sector: Towards Truly Functioning Markets“, Boston, Kluwer Academic Publishers, 2000, pp. 80-117.

Учебники и учебные пособия

9. А.П. Киреев. Международная экономика. В 2-х ч. – Ч.1. Международная микроэкономика: движение товаров и факторов производства. Учебное пособие для вузов. М.: Международные отношения, 1997.
10. Международные экономические отношения/ под ред. И.П. Фаминского. М.: Юристъ, 2001.
11. А.И. Михайлушкин. Международная экономика. М.: Высшая школа, 2002.
12. Мировая экономика/ под ред. проф. И.П. Николаевой. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000.
13. Г.П. Овчинников. Международная экономика. Спб.: Изд-во Михайлова В.А., 2000.
14. Е.В. Серова. Аграрная экономика. М.: ВШЭ, 1999.

Периодические издания

15. Агропромышленный комплекс России в 2001 г. М.: Министерство сельского хозяйства РФ, 2002.
16. И.Б. Гурков, М.В. Михайлюк, Н.Л.Титова. Динамика и тенденции изменения конкурентоспособности российской продукции – Экономический журнал ВШЭ, №1, 1997, с. 60-73.
17. Ю. Куренков, В.Попов. Конкурентоспособность России в мировой экономике – Вопросы экономики, №6, 2001, с. 36-49.
18. Регионы России, 2002. М.: Госкомстат России, 2000.
19. Производственно-экономические показатели развития агропромышленного комплекса в России в 2001 г. М.: Министерство сельского хозяйства РФ, 2002.
20. Реализация сельскохозяйственной продукции сельскохозяйственными предприятиями в 2001 г. М.: Госкомстат России, 2002.
21. Российский статистический ежегодник, 2002. М. Госкомстат России, 2002.
22. Сан-Чжун Ли. Российская автомобильная промышленность: конкурентоспособность и привлечение иностранного капитала – Вопросы экономики, №2, 2002, с. 76-90.

Источники из Интернет

23. Сайт Института Экономики Переходного Периода. Аналитический центр агропродовольственной экономики. Web: <http://www.iet.ru/afe>
24. Рынок молока. Сайт Института Конъюнктуры аграрного рынка. Web: http://www.ikar.ru/otrasl_milk
25. Молочная промышленность. Web: <http://marketsurveys.ru>
26. Рынок молока в России. Web: <http://www.marketcenter.ru>
27. Рынок молочных продуктов. Web: <http://www.agroforum.ru>