Исследование производственной интеграции в агропродовольственный сектор

(Работа выполнялась в рамках проекта РГНФ № 08-02-00081а по теме «Многофункциональность агропродовольственной сферы: теория и методология исследований, разработка стратегии развития»)

А.С. Строков, науч. сотр., асп. Всероссийского института аграрных проблем и информатики им. А.А.Никонова

Цель данных тезисов – описать и использовать методы измерения масштабов производственной интеграции в агропродовольственном секторе (АПС) экономики на примере картофелеовощеводческого подкомплекса. Производственная интеграция – это система взаимоотношений между производителем, переработчиком, поставщиком, продавцом и потребителем продукции в рамках одного продуктового подкомплекса (допустим, зернового или картофелеовощеводческого). Для сравнения, экономическая интеграция представляет собой взаимодействие разных подкомплексов народного хозяйства внутри одной страны или же одного или нескольких подкомплексов на мировом уровне. Согласно «Современному экономическому словарю» на Интернет-сайте «Яндекс», экономическая интеграция проявляется в расширении и углублении производственно-технологических связей, совместном использовании ресурсов, объединении капиталов, в создании друг другу благоприятных условий осуществления экономической деятельности, снятии взаимных барьеров. Производственная интеграция в основном затрагивает расширение и углубление производственно-техно-логических связей. В зависимости от целей исследования и информационной базы измерение масштабов интеграции возможно путем изучения технологической цепочки производства, хранения, переработки и доставки продукции потребителю, анализа размеров и структуры собственности владельцев предприятий, количества потребительских кооперативов, отраслевых союзов и ассоциаций, анализа ввоза и вывоза продукции из регионов, мониторинга соотношения цен производителей и потребителей. В данной статье мы покажем, как можно охарактеризовать масштабы интеграции в картофелеовощеводческом подкомплексе с помощью показателя соотношения между реализационной ценой производителя и розничной (потребительской) ценой товара.

Интеграция в сельском хозяйстве укрепляет взаимосвязь между производителями и потребителями сельхозпродукции, делает их зависимыми друг от друга. Появление на селе скупщика продукции, вынуждает производителя подстраиваться под интересы переработчика, торговых структур и потребителя: заботиться о качестве продукции, своевременных сроках поставки и т.п. Потребителю же важен доступ к продукции, который может обеспечить скупщик в лице розничных и оптовых рынков, перерабатывающих заводов, так как близость поставок способствует низким транспортным издержкам и, соответственно, спасает от повышения цен. В результате интеграции сельскохозяйственный производитель зачастую избавляется от таких функций, как хранение, переработка, транспортировка продукции и сосредотачивается исключительно на производстве, что позволяет ему увеличивать объемы поставляемой продукции на рынок. В разных подотраслях сельского хозяйства интеграционные процессы имеют свою специфику. Так, в зерновом подкомплексе производитель зависит от близости элеватора, а в свеклосахарном подкомплексе – от близости сахарного завода. Это связано с тем, что зерно и сахарная свекла не потребляются в свежеуборочном виде – их нужно подвергнуть переработке, чтобы получить потребительский продукт: хлебобулочные изделия и сахар, соответственно. Таким образом, в стоимость конечной продукции закладывается не только доля производителя, но и затраты и доходы тех субъектов рыночных отношений, занимающихся хранением, переработкой и транспортировкой товара.

В картофелеовощеводческом подкомплексе переработка играет не такую важную роль, как в зерновом и свеклосахарном подкомплексах. Так в США, доля сельскохозяйственных производителей в розничной цене хлебобулочных изделий в 2–3 раза меньше, чем в розничной цене свежих фруктов и овощей: 5–7% и 17–20% соответственно за период 1997–2006 гг. Это связано с тем, что собранные картофель и овощи могут потребляться, если и не в свежем виде, то при самой простейшей обработке, которую можно осуществить в домашних условиях, где не требуется специальных технологий, как при изготовлении хлеба.

Таблица 1. **Доля сельскохозяйственных производителей США в розничной цене (%)**

Наименование продукции	**1997 г.**	**1998 г.**	**1999 г.**	**2000 г.**	**2001 г.**	**2002 г.**	**2003 г.**	**2004 г.**	**2005 г.**	**2006 г.**
Крупы и хлебобулочные изделия	7	6	6	5	5	5	6	6	6	6
Свежие фрукты и овощи	20	19	18	17	17	18	19	19	17	18

Источник: National Agricultural Statistics Service (NASS).

Таблица 2. **Доля сельскохозяйственных производителей России в розничной цене (%)**

Наименование продукции	1999 г.	2000 г.	2001 г.	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.
Хлеб и булки из пшеницы высшего сорта	16	19	17	12	15	16	11	13	17	14
Овощи	51	54	48	45	45	53	43	42	42	38

Источник: Росстат.

Удельный вес сельскохозяйственных производителей России в потребительской цене хлебобулочных изделий составляет 11–19%, а овощей – 38–54%, что структурно похоже на ситуацию в США: доля производителей тем меньше, чем больше затрат и доходов переработчиков в розничной цене товара. Но возникает вопрос, почему доля сельскохозяйственных производителей России в розничной цене в 2–3 раза больше, чем аналогичный показатель в США?

Представляется две возможные причины. Первая связана с концентрацией производства и высокими транспортными издержками. В США 46% овощей для потребления в свежем виде производит штат Калифорния (наибольший удельный вес в региональной структуре производства овощей), следовательно, чтобы доставить продукцию в другие регионы, необходимо ее перевезти, что приводит к дополнительным транспортным издержки в итоговой стоимости продукции. В России не существует такого уровня региональной концентрации производства овощей. Наибольший удельный вес среди регионов занимает Республика Дагестан – 7%. Поэтому большинство регионов потребляют в основном собственную продукцию, которую не надо вести на большие расстояния. Соответственно, доля транспортных расходов реализационной цене сельхозпродукции в России должна быть ниже, чем в США. Вторая причина, по которой доля сельхозпроизводителей в России в розничной цене товара больше, чем в США, это количество посредников между производителем и потребителем. К сожалению, отсутствие информации не позволяет сделать наши выводы более объективными, но низкая доля производителей в потребительской цене товара говорит о том, что значительный удельный вес имеют такие субъекты рыночных отношений, как предприятия по хранению, упаковке и транспортировке продукции. И в США таких организаций на пути от производителя к потребителю, видимо, больше, чем России. Таким образом, в ходе интеграции усиливается концентрация и одновременно происходит уменьшение доли сельхозпроизводителя в конечной (розничной) стоимости пищевой продукции. Анализ статистики показал, что интеграционные процессы в картофелеовощеводческом подкомплексе США носят более глубокий характер, чем в аналогичном подкомплексе АПС России.

Назад в раздел

Поделиться...

© «Битрикс», 2001-2006