

ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕПОЧЕК СОЗДАНИЯ СТОИМОСТИ ПРОДУКТА В ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

В рамках исследования особенностей создания и распределения добавленной стоимости сформированы схемы цепочек создания стоимости в хлебопекарной, кондитерской и макаронной отраслях. В частности, определен состав и положение в цепочке различных участников, выявлены ключевые управляющие звенья в каждой из цепочек, установлены основные резервы роста добавленной стоимости и конкурентоспособности пищевых предприятий, дополнена классификация цепочек создания стоимости.

Ключевые слова: цепочка создания стоимости продукта, добавленная стоимость, классификация цепочек создания стоимости, пищевая промышленность.

Развитие рыночной экономики актуализирует проблему повышения конкурентоспособности российских предприятий. При решении данной проблемы важной задачей является установление причин, препятствующих росту конкурентоспособности предприятий в отдельной отрасли промышленности.

Конкурентоспособность предприятий (на примере хлебопекарной, кондитерской и макаронной отраслей) рассматривается в рамках концепции цепочки создания стоимости, предложенной М. Портером [6]. Данная концепция выступает в качестве инструмента для анализа формирования стоимости продукта в отдельной отрасли и выработки рекомендаций по повышению конкурентоспособности предприятия. В рамках концепции цепочки создания стоимости конкурентоспособность предприятия рассматривается двояко: с точки зрения формирования добавленной стоимости и с точки зрения ее перераспределения между участниками, создающими конечный продукт отрасли. Управляющее звено в цепочке создания стоимости обладает возможностью задавать пропорции распределения добавленной стоимости между ее участниками.

Вопросу распределения стоимости между участниками цепочки посвящены работы Г. Джереффи, который обосновал различие между двумя видами цепочек создания стоимости [2, 4]: цепочки, управляемые покупателями, и цепочки, управляемые производителями. При этом Г. Джереффи не уточняет, кого в цепочке считать покупателем, а кого производителем.

Имеющаяся теоретическая основа управления стоимостью продукта не подкреплена соответствующим методическим обеспечением для решения проблем прикладного характера. В частности, отсутствуют методики формирования цепочек создания стоимости с учетом отраслевых особенностей и оптимизации распределения добавленной стоимости между участниками процесса формирования стоимости продукта в отрасли.

Данное исследование ставило целью изучение особенностей формирования цепочек создания стоимости продукта в хлебопекарной, кондитерской и макаронной отраслях промышленности и определение конкурентных позиций каждого из участников цепочки. Выбор в качестве объектов исследования отраслей пищевой промышленности обусловлен единством сырьевой базы для производства продуктов, а также тем, что в структуре стоимости минимального набора продуктов питания россиян доля хлебных продуктов (хлеба, муки, круп, макаронных изделий) составляет около 25%.

Методической основой исследования выступают труды ученых ГУ ВШЭ: С.Б. Авдашевой, И.А. Буданова, В.В. Голикова и А.А. Яковлева, изучавших трубную и мебельную промышленность России [1].

Эмпирической основой исследования послужили результаты пяти формализованных и семи неформализованных интервью с руководителями крупных и средних сельскохозяйственных и пищевых предприятий г. Орска и Новотроицка, специалистами администрации г. Орска по вопросам сельского хозяйства и эко-

номики. Материалы, полученные в ходе углубленных интервью, дополнены сбором широкого круга информации о состоянии и развитии предприятий в хлебопекарной, кондитерской и макаронной отраслях промышленности.

Разработка вопросов интервьюирования базировалась на методологии Р. Каплински и М. Мориса [3], которая ориентирована на получение экспертных оценок респондентов, находящихся как внутри цепочки, так и за ее пределами.

На рисунках 2-4 представлены схемы цепочек создания стоимости в хлебопекарной, кондитерской и макаронной отраслях промышленности, сформированные на основе материалов углубленных интервью с руководителями сельскохозяйственных и пищевых предприятий Орска и Новотроицка: ЗАО «Орский хлеб», ОАО «Новотроицкий комбинат хлебопродуктов», ОАО «Орская макаронная фабрика», ЗАО «Хлебопродукт ДМВ», ООО «Орский хлеб-агро», ООО «Орловское», ОАО «Орский элеватор», хлебопекарня ООО «Береза», ЧП Абрамова Е.Н. «Орский каравай», ИП Александров А.И. «Алекс-хлеб».

Опрос респондентов осуществлялся по анкете, базовый блок вопросов которой был направлен на выявление формирования стоимости продукта отрасли и ее распределения между основными участниками цепочки. Экспертам были представлены схемы цепочек создания стоимости в отрасли с выделением основных функциональных звеньев и предложено оценить процентную долю добавленной стоимости, создаваемую не только пищевыми предприятиями, но и внешними по отношению к ним контрагентами, осуществляющими поставку основных и вспомогательных материалов, оборудования и технологий, оптовую и розничную торговлю продукцией.

В настоящее время в России насчитывается около 10 тыс. хлебозаводов (в том числе 1,5 тыс. крупных) и хлебопекарен, на которых занято более 250 тысяч человек. На долю крупных предприятий приходится 83-87% от общей выработки хлебобулочной продукции, 13-17% – на мини-пекарни. Динамика производства хлеба и хлебобулочных изделий за 1995-2008 гг. представлена на рисунке 1.

По данным официальной статистики, начиная с 1995 г. объем производства хлебобулоч-

ных изделий в натуральном выражении ежегодно сокращается, в 2008 г. он достиг самого низкого уровня в 7,5 млн. тонн или 20,5 тыс. тонн, в сутки на страну со 140-миллионным населением. Ученные статистикой объемы выработки хлебобулочных изделий, составляющие менее 150 г хлеба на человека в сутки, вдвое меньше нормативов потребительской корзины. Такая ситуация вызывает вопросы прежде всего к статистическим органам по поводу достоверности отчетных данных и их всеобъемлемости, особенно в отношении малых производств, непрофильных организаций и безучетных хлебопекарен.

Снижение потребления и выработки хлебобулочных изделий в среднем на 3-4% в год может быть вызвано следующими основными причинами:

- сокращением численности населения страны;
- обилием предложения на рынке и ростом потребления других высококалорийных продуктов;
- изменением модели питания (особенно населения с высоким уровнем дохода) в сторону увеличения потребления мясных и колбасных изделий, рыбы, молочных продуктов, овощей и фруктов, кондитерских изделий;
- увеличением потребления населением с низким уровнем дохода других относительно более дешевых видов продуктов (муки, круп, макарон, картофеля);
- ростом домашнего хлебопечения в сельской местности из-за относительной дороговизны покупного хлеба;
- инфляционными процессами и кризисной ситуацией в стране.

Причины снижения производства хлеба в России по-прежнему остаются малоизученными и практически невыясненными, что негативно влияет на формирование перспективных

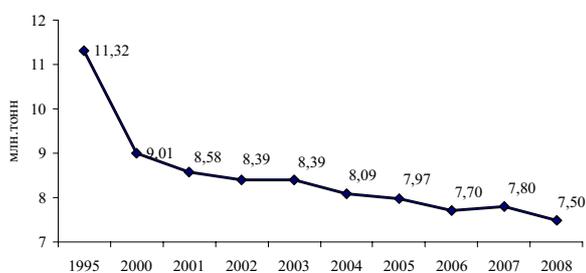


Рисунок 1. Динамика производства хлеба и хлебобулочных изделий в Российской Федерации за 1995-2008 гг.

планов развития отрасли, в том числе модернизации материально-технической базы, совершенствования ассортимента, организации сбыта и торговли.

Динамика производства важнейших видов хлебопродуктов в Оренбургской области за 2002-2008 гг. представлена в таблице 1. В 2007-2008 гг. наблюдаются положительные темпы роста объемов производства хлеба и хлебобулочных изделий. В 2008 г. по сравнению с 2007 г. произошло сокращение выработки макаронных изделий на 76%, что объясняется ОАО «Орская макаронная фабрика» внутренними причинами и насыщенностью данного рынка, характеризующегося высоким уровнем конкурентной борьбы между несколькими крупнейшими отечественными производителями (ЗАО «АПК Агрос», холдинг «Алтан», ОАО «Макфа», ОАО «Комбинат хлебопродуктов им. Григоровича», Петербургская макаронная фабрика).

На рисунке 2 приведена цепочка создания стоимости продукта в хлебопекарном производстве. Пунктирными линиями выделены типичные варианты организационного объединения отдельных звеньев отраслевой цепочки.

Анализ цепочки создания стоимости показал, что хлебопекарное производство представляет пример цепочки, управляемой производителем, более конкретно – производителями хлеба и хлебобулочных изделий. Именно на производство хлебобулочных изделий приходится около 27% добавленной стоимости, созданной в отраслевой цепочке, а ее доля в переработке зерна в муку в два раза ниже. Процентная доля добавленной стоимости при выращивании и хранении зерна, по оценке респондентов, в среднем составляет 25%, в оптовой и розничной торговле хлебобулочными изделиями – около 20%.

Безусловно, самый эффективный вариант функционирования хлебопекарных предприятий в цепочке создания стоимости достигается за счет организации полного технологического цикла производства хлебобулочных изделий, объединяющего под эгидой потребительской

кооперации виды деятельности по выращиванию, хранению и переработке зерна, производству и реализации хлебобулочных изделий.

Для повышения эффективности хлебопекарных предприятий необходимо наращивать количество звеньев цепочки, то есть стремиться к расширению вертикальной интеграции. Возрастание экономической эффективности при увеличении числа звеньев в цепочке объясняется возникновением синергического эффекта, который проявляется в передаче добавленной стоимости, созданной в предыдущем звене цепочки, последующему звену. Расширение вертикальной интеграции позволяет производителю не только восполнять свои затраты, но и получать соответствующую «справедливую» прибыль, которая не будет перераспределена в пользу посредников, оптовых и розничных торговцев.

В ходе проведенного опроса экспертов – специалистов крупных хлебозаводов г. Орска и Новотроицка установлено, что основными факторами, препятствующими росту конкурентоспособности, являются постоянный рост цен на основное сырье и энергоресурсы, недостаток квалифицированного персонала, слабый маркетинг, высокий износ оборудования (в среднем от 60 до 70%) и жесткие меры административного регулирования цен на хлеб, действующие в Оренбургской области. Для мини-пекарен проблема высокого износа оборудования не стоит так остро, как для крупных хлебозаводов.

В ходе интервью респондентами было отмечено, что в условиях ограниченности сырьевых ресурсов при производстве муки и хлеба целесообразно стимулировать углубление переработки исходного сырья и выработку продукции, максимально готовой к потреблению. Это позволит увеличить выход конечной продукции в стоимостном выражении в расчете на единицу сырья и, как следствие, приведет к расширению номенклатуры готовой продукции с более низкой себестоимостью.

По оценке руководителей хлебопекарных предприятий г. Орска и Новотроицка, наиболее

Таблица 1. Динамика производства важнейших видов хлебопродуктов в Оренбургской области за 2002-2008 гг., тыс. т

№ п/п	Виды продукции	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
1	Мука	217,1	229,1	218,4	180,0	166,6	185,5	174,0
2	Хлеб и хлебобулочные изделия	87,5	79,9	79,0	70,5	66,9	67,6	75,0
3	Кондитерские изделия	6,6	5,8	3,7	4,3	3,9	4,3	6,0
4	Макаронные изделия	2,9	2,4	1,9	2,8	3,6	2,9	0,7

значимыми и перспективными резервами роста добавленной стоимости и конкурентоспособности являются: повышение качества хлеба и хлебобулочных изделий, расширение ассортимента выпускаемой продукции (в том числе освоение выпуска продуктов с новыми потребительскими свойствами), внедрение инновационных технологий производства. Эти меры позволят увеличить долю рынка отечественных производителей за счет сокращения импорта, так как более высокую цену потребители готовы платить за высокое качество продукта, способного приносить пользу для здоровья.

Существенное влияние на распределение добавленной стоимости между участниками отраслевой цепочки оказывают административные ограничения, которые устанавливаются в целях обеспечения стабилизации ситуации на региональных продовольственных рынках и сдерживания роста цен на основные продукты питания, особенно в годы неурожая зерновых культур.

Начиная с октября 2007 г. перераспределение доли добавленной стоимости в пользу участников на конечных этапах цепочки хлебопекарной промышленности сдерживается административными ограничениями субъектов РФ посредством установления фиксированных цен, предельного уровня рентабельности и торговых наценок на продукцию данной отрасли.

Так Постановление Правительства Оренбургской области от 24 октября 2007 г. №366-п «О мерах по стабилизации ситуации на продовольственном рынке Оренбургской области» устанавливает для товаропроизводителей пшеничного и ржаного хлеба предельный уровень рентабельности не более 13 процентов, предельные размеры торговых надбавок к отпускной цене товаропроизводителей не более 10 процентов. В сентябре 2010 г. Администрацией г. Оренбурга и рядом сетевых магазинов подписаны соглашения о фиксировании цен на ржа-

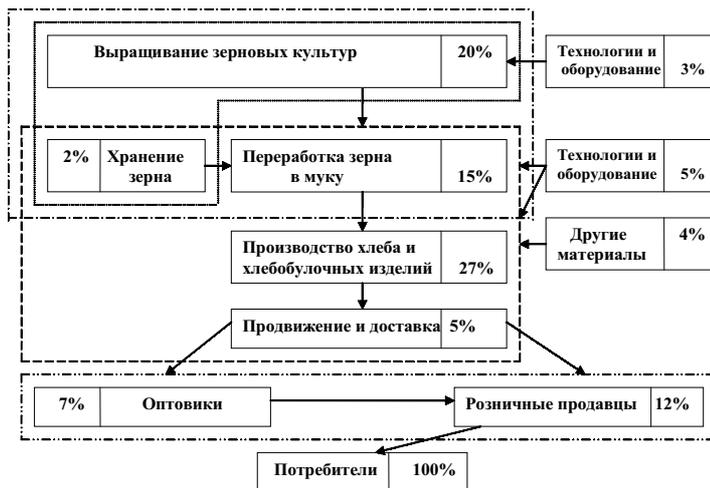


Рисунок 2. Цепочка создания добавленной стоимости продукта в хлебопекарном производстве

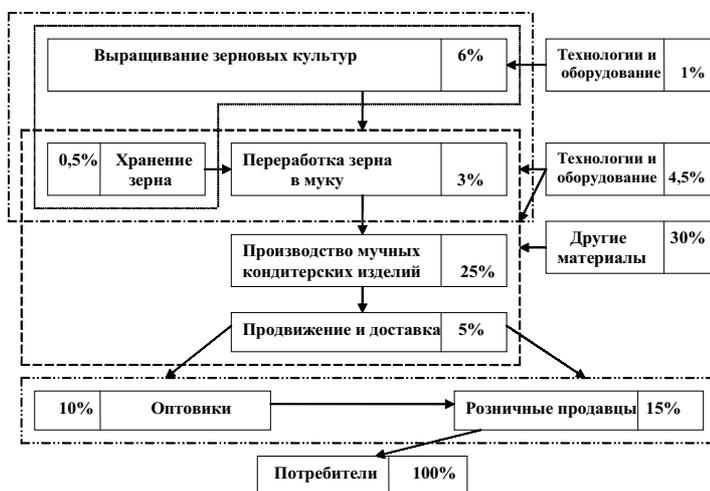


Рисунок 3. Цепочка создания добавленной стоимости продукта в кондитерском производстве

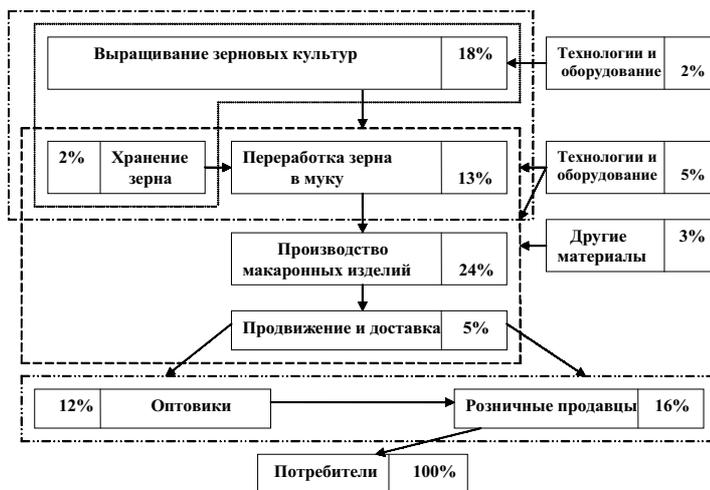


Рисунок 4. Цепочка создания добавленной стоимости продукта в макаронном производстве

но-пшеничный хлеб и хлеб пшеничный из муки первого и высшего сортов.

Несмотря на то, что цепочка создания стоимости продукта управляется хлебопекарными предприятиями, их финансово-экономическое состояние остается тяжелым, большинство из них работает с убытком. Это связано со структурой добавленной стоимости, создаваемой хлебопекарными предприятиями. «Средний уровень рентабельности предприятий хлебопекарной отрасли в России – менее 5%», – отмечает В.В. Молодых, вице-президент Общественной организации «Российский союз пекарей» [5, с. 7]. Ежегодно позиции российских производителей хлеба ухудшаются из-за роста цен на основное сырье, энергоносители и снижающегося спроса на хлебобулочные изделия.

В отличие от цепочки в хлебопекарном производстве производство мучных кондитерских изделий представляет пример цепочки, управляемой поставщиками (производителями) сырья и материалов, совместно создающими более 30% добавленной стоимости (рисунок 3).

В структуре себестоимости мучных кондитерских изделий затраты на основное сырье и материалы (муку, сахар, сливочное масло, маргарин, яйцо и др.) составляют более 50%. Поэтому основным фактором роста конкурентоспособности производителей кондитерских изделий выступают отлаженные долгосрочные связи с поставщиками сырья. Отсутствие административного регулирования цен, ежегодный рост потребления мучных кондитерских изделий в среднем 1,5% придают этому виду производства большую привлекательность по сравнению с производством хлеба. В связи с этим перспективным направлением развития хлебопекарных предприятий является диверсификация производства.

Цепочка создания стоимости продукта в макаронном производстве представлена на рис. 4.

В цепочке добавленной стоимости макаронных продуктов управление осуществляется агентами, находящимися на конечных этапах цепочки создания стоимости, то есть оптовыми и розничными продавцами. Оптовая и розничная торговля концентрирует до 30% добавленной стоимости, созданной при производстве и реализации конечного продукта отрасли. Во многом это объясняется отсутствием админис-

тративного регулирования отпускных и розничных цен на макаронную продукцию. В среднем суммарная наценка в оптовых и розничных торговых сетях составляет от 20 до 35% к отпускной цене производителей макарон.

Оценка ответов респондентов позволила выявить наиболее значимые резервы роста добавленной стоимости для производителей макаронных изделий, в частности использование современных технологий глубокой переработки сырья, расширение ассортимента продукции, освоение выпуска новых продуктов с более глубокой степенью обработки.

Таким образом, приведенные на рисунках 2-4 цепочки создания стоимости продуктов в отдельных отраслях пищевой промышленности позволили выявить, что добавленная стоимость распределяется неравномерно между участниками (звеньями цепочки). Управляющее звено в цепочке задает пропорции распределения добавленной стоимости между участниками. Поэтому для участника отраслевой цепочки, ставящего целью повышение собственной эффективности посредством формирования цепочки стоимости, определяющей является идентификация управляющего звена в цепочке.

Проведенное исследование выявило целесообразность дополнения классификации цепочек создания стоимости (предложенной Г. Джереффи) признаком «зависимость от роли в управлении»:

- цепочки, управляемые поставщиками (производителями) сырья и материалов;
- цепочки, управляемые производителями конечной продукции;
- цепочки, управляемые потребителями (оптовыми и розничными продавцами) продукции.

Дополненная классификация цепочек создания стоимости позволяет:

- предприятиям наиболее эффективно выстраивать и проектировать цепочки создания стоимости продукта;
- устанавливать объективную основу более справедливого распределения добавленной стоимости между участниками цепочки в отдельной отрасли;
- создавать информационную базу для административного регулирования ценообразования со стороны органов власти.

01.12.2010 г.

Список использованной литературы:

1. Авдашева С.Б. Модернизация российских предприятий в цепочках создания стоимости (на примере трубной и мебельной промышленности России) / С.Б. Авдашева, И.А. Буданов, В.В. Голиков, А.А. Яковлев // Экономический журнал ВШЭ. – 2005. – №3. – С. 361-377.
2. Gereffi, G. The Organization of Buyer-Driven Global Commodity Chains: How U.S. Retailers Shape Overseas Production Networks // Commodity Chains and Global Capitalism / G. Gereffi, M. Korzeniewicz (eds.) L.: Praeger, 1994.
3. Kaplinsky, R. Handbook for Value Chain Research / R. Kaplinsky, M. Morris. IDS, 2003.
4. Каплинский, Р. Распространение положительного влияния глобализации. Какие выводы можно сделать на основании анализа цепочки накопления стоимости? / Р. Каплинский. – пер. с англ.: Препринт WP5/2002/03. – М.: ГУ ВШЭ, 2002. – 68 с.
5. Молодых, В. В. Работа хлебопекарных предприятий в условиях финансовой нестабильности кредитных и других организаций / В. В. Молодых // Хлебопечение России. – 2009. – №1. – С. 7-9.
6. Портер, М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / М. Портер. – 2-е изд., пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 715 с. – ISBN 5-9614-0398-X.

Сведения об авторах: **Андреева Татьяна Викторовна**, старший преподаватель кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита Орского гуманитарно-технологического института (филиал) Оренбургского государственного университета

462403, г. Орск, пр-т Мира, 15а, тел. (3537) 250503, e-mail: informs_orsk@mail.ru

Ермакова Жанна Анатольевна, заведующий кафедрой управления персоналом, сервиса и туризма Оренбургского государственного университета, доктор экономических наук, профессор
460018, г. Оренбург, пр-т Победы 13, тел. 89058984055

UDC 338.6П8**Andreeva T.V., Ermakova Zh.A.****CHAINS FORMING OF CREATION OF PRODUCT COST IN THE FOOD INDUSTRY**

The scheme of chains of cost forming in baking, confectionary and macaroni branches is formed in the frames of peculiarities research of added cost forming and distribution. In particular the authors determine the structure and position of different participants in the chain, reveal key management links in each of chains, establish general reserves of growth of added cost and food enterprises competitiveness and supplement the chains classification of cost formation.

Key words: chain of the product cost formation, added cost, chains classification of cost formation, food industry.

Bibliography:

1. Avdasheva S.B. Modernization of the Russian enterprises in chains of creation of cost (on an example of the trumpet and furniture industry of Russia) / S.B.Avdasheva, I.A.Budanov, V.V.Golikov, A.A.Jakovlev // Economic magazine VSHE. – 2005. – №3. – p. 361-377.
2. Gereffi, G. The Organization of Buyer-Driven Global Commodity Chains: How U.S. Retailers Shape Overseas Production Networks // Commodity Chains and Global Capitalism / G. Gereffi, M. Korzeniewicz (eds.) L.: Praeger, 1994.
3. Kaplinsky, R. Handbook for Value Chain Research / R. Kaplinsky, M. Morris. IDS, 2003.
4. Kaplinsky, R. The dissemination of positive influence of globalization. What conclusions can be made from the analysis of the cost collection chain? / R. Kaplinsky. – translated from English.: Preprint.WP5/2002/03. – Moscow: GU VSHE, 2002. – 68 p.
5. Molodykh, V.V. The work of baking enterprises under the conditions of instability of credit and other organizations / V. V. Molodykh //The Bread baking of Russia. – 2009. – №1. – p. 7-9.
6. Porter, M. Competitive advantage: How to achieve good result and provide its stability / M. Porter. – 2nd edition., translated from English – Moscow: Alpina Business Books, 2006. – 715 p. – ISBN 5-9614-0398-X