

pISSN 2073-1477
eISSN 2311-8733

Агропромышленный комплекс

ФОРМИРОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ПЕРЕРАБОТКИ МОЛОКА: КОНКУРЕНТНЫЙ АСПЕКТ

Андрей Владимирович АНДРЕЕВ

кандидат экономических наук, доцент кафедры корпоративной экономики,
Поволжский институт управления имени П.А. Столыпина – филиал Российской академии
народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации
(ПИУ имени П.А. Столыпина РАНХиГС)
Саратов, Российская Федерация
awvv@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0002-6006-9611>
SPIN-код: 5051-1171

История статьи:

Рег. № 112/2021
Получена 04.03.2021
Получена в
доработанном виде
07.05.2021
Одобрена 15.06.2021
Доступна онлайн
15.07.2021

УДК 658+338.45:664
JEL: L1, L4, Q13

Ключевые слова:

продуктовое
разнообразие,
конкурентные
преимущества,
лидирующие,
ведущие и локальные
молочные
предприятия,
умеренно
концентрированный
рынок переработки
молока

Аннотация

Предмет. Влияние конкуренции в молочной отрасли на формирование структуры регионального рынка переработки молока.

Цели. Анализ рисков и угроз для экономической безопасности региона на примере Саратовской области, возникающих вследствие создания конкурентных преимуществ разными типами молочных предприятий.

Методология. Применена неоклассическая парадигма «структура – поведение – результат», которая раскрывается с помощью теории конкурентного позиционирования, ресурсной концепции и транзакционного подхода.

Результаты. В регионе сформировалась умеренно концентрированная структура рынка переработки молока, в которой выделяются два ведущих предприятия, способных оказывать влияние не только на менее сильных локальных переработчиков и производителей молока-сырья, но и на экономическую безопасность.

Выводы. Ведущие молочные предприятия региона вслед за лидерами отрасли стремятся расширить конкурентную позицию на межрегиональных рынках, в результате чего потребности переработчиков в молоке-сырье постоянно превышают производственные возможности молочного скотоводства, а рыночная власть позволяет им вытеснять с рынка локальных переработчиков и способствует сокращению числа участников рынка в молочной отрасли. Последствия этих действий выходят за рамки антимонопольной политики и относятся к более широкой сфере регулирования агропродовольственных рынков.

© Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ, 2021

Для цитирования: Андреев А.В. Формирование регионального рынка переработки молока: конкурентный аспект // Региональная экономика: теория и практика. – 2021. – Т. 19, № 7. – С. 1277 – 1302.
<https://doi.org/10.24891/re.19.7.1277>

Введение

Ситуация, сложившаяся в молочной отрасли региона, а именно – в сегменте переработки продукции, рассматривается в статье как с тактической (способы и инструменты ведения конкуренции молочными предприятиями в рамках текущих конкурентных стратегий), так и со стратегической стороны (видение одной из возможных конфигураций молочной отрасли в среднесрочной перспективе). На наш взгляд, применяемые инструменты конкурентных стратегий молочных предприятий четко увязываются с мотивами их поведения на рынке и образуют дихотомию «мотив – способ»:

- лидерство – развитие внутреннего потенциала ресурсов (способностей) предприятия;
- рыночная власть – интеграционная стратегия внутри- и межрегиональной экспансии» [1].

Оба мотива (способа) образуют единство противоположностей, порождающее стремление, с одной стороны, к максимальному разнообразию выпускаемой молочной продукции с узнаваемыми брендами и, с другой стороны, к агрессивной региональной экспансии, высокой концентрации на рынке и использованию различных форм антиконкурентной практики.

До начала экономических реформ (1990 г.) в Саратовской области насчитывалось 55 молочных (включая маслосырдельные) предприятий, то есть молочные заводы (включая подсобные хозяйства) действовали почти в каждом из 38 муниципальных районов [2], что позволяло в полной мере удовлетворить потребности населения региона в питьевом молоке и молочной продукции. В 1990 г. объем переработки молока составил 963 500 т, из которого расходовалось на производство цельномолочной продукции (ЦМП) 326 500 т (34%), сыров и сырной продукции – 107 000 т (11%), масла животного 530 200 т (55%) [2]. Производство молока и молочной продукции (в пересчете на молоко) на душу населения в 1990 г. составило 378,3 кг/чел. Объем производства в тот период превышал современную рациональную норму (320–340 кг/чел.) потребления в соответствии с рекомендациями по «здоровому питанию» и рациональную норму, действовавшую в СССР (360 кг/чел.). В свою очередь, потребление молока и молочной продукции жителями Саратовской области в 1990 г. составило 433 кг/чел. [2].

Проблема самообеспечения населения региона была решена, и вопрос состоял в том, чтобы совершенствовать структуру выпуска, так как ассортимент молочной продукции в тот период обычно не превышал пяти наименований и не отвечал должному разнообразию. Разумеется, надо принимать в расчет, что в то время целевая функция продовольственного комплекса страны заключалась в том, чтобы максимально полно удовлетворить минимальные потребности населения при стабильных ценах. На уровне конкретных молочных предприятий эта функция осуществлялась путем увеличения физических объемов выпуска молока и молочной продукции, отвечающей требованиям ГОСТ, а стратегическая задача системы управления молочными предприятиями состояла в том, чтобы наращивать мощности по переработке молока. Так, в 1990 г. среднегодовая производственная мощность в регионе по выпуску ЦМП составляла 384 600 т, а ее загрузка достигла почти 85% [2].

За время реформирования в молочной промышленности региона произошли существенные изменения как в числе участников рынка переработки молока, так и объемах промышленной переработки. К началу 2020 г. из 34 крупных и средних молокоперерабатывающих предприятий сохранилось лишь 18 (*табл. 1*).

На девять молочных предприятий, не указанных в *табл. 1*, к которым относятся: ООО ПКФ «Сатурн» (г. Саратов); ООО МЗ «Атикс-МТ» (г. Саратов); ООО «Маслосырбаза Энгельсская» (г. Энгельс); ИП «Ермолаева В.С.» (р.п. Екатериновка); ООО «Завод молочный «Воскресенский» (Воскресенский район); ООО «Основа» (Ртищевский район); СПСК «Возрождение» (г. Пугачев); ОАО «Романовский молочный завод» (р.п. Романовка); ЗАО ПЗ «Мелиоратор» (Марксовский район) приходится переработанное молоко в объеме 25 617 т. Таким образом, всего в 2019 г. объем переработки молока в регионе составил 244 000 т (25,3% от уровня 1990 г.)¹.

Данные *табл. 1* показывают, что в региональном объеме переработки молока на три крупных переработчика, находящихся в начале списка, приходится 145 472 т. В структуре рынка переработки молока удельный вес данных предприятий составляет 59,6%, что соответствует состоянию умеренно концентрированного рынка ($45\% \leq CR_3 \leq 75\%$). Но даже это состояние рынка явно характеризуется с точки зрения Федерального закона

¹ Постановление Правительства Саратовской области от 29.12.2018 № 750-П «О государственной программе Саратовской области «Развитие сельского хозяйства и регулирование рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия в Саратовской области». URL: <http://docs.cntd.ru/document/467720792>

«О защите конкуренции»² как признаками ограничения конкуренции (постоянным сокращением числа участников рынка), так и концентрацией на нем трех переработчиков, позволяющей им использовать доминирующее положение. На наш взгляд, умеренно концентрированная структура рынка переработки молока не снижает актуальности структурного подхода к анализу конкуренции, но все же в конструкции «структура – поведение – результат», разработанной представителями гарвардской школы Д. Бейном [3], Э. Майсоном [4] и обобщенной в работе Е. Соколовой [5], смещает акцент на поведение и результаты деятельности переработчиков, что обнаруживается в их конкурентных стратегиях.

Методы исследования

Ретроспективный анализ изменений в сегменте переработки молока позволяет предположить, что характер соперничества участников регионального рынка все более сводится к известному в теории игр принципу, когда «победитель забирает все» [6], а остальные участники вытесняются с рынка. Таким образом, уже в недалекой перспективе в данном сегменте молочной отрасли региона может сложиться такой тип рынка, как узкая олигополия, или даже дуополия.

Чтобы обосновать выдвинутое предположение, охарактеризуем типы молочных предприятий, конкурирующих на российском рынке переработки молока. В их составе четко прослеживается иерархия – уровни конкурентного взаимодействия в зависимости от двух условий (предпосылок).

Первый уровень – широкая либо узкая сфера конкуренции, определяемая отраслевым масштабом деятельности. В частности, классификатор видов деятельности в сфере производства молочных продуктов ОКВЭД 15.51 – Переработка молока и производство сыра дает представление об отраслевом масштабе с помощью пяти дочерних кодов: 15.51.1 – Производство цельномолочной продукции; 15.51.2 – Производство молока, сливок и других молочных продуктов в твердых формах; 15.51.3 – Производство коровьего масла; 15.51.4 – Производство сыра; 15.51.5 – Производство сгущенных молочных продуктов и молочных продуктов, не включенных в другие группировки.

Основатель теории конкурентного позиционирования М. Портер [7] разработал концепцию отраслевого сегмента в широком смысле как

² Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции».
URL: <https://legalacts.ru/doc/FZ-o-zawite-konkurencii/>

комбинации разновидности продукта и категории покупателей, которые его приобретают. Представитель ресурсной концепции Р. Грант³ применяет понятие «диапазон деятельности предприятия», выделяя такие важные параметры диапазона, как широта спектра производимых товаров и географический охват, что в целом согласуется с позицией М. Портера.

Второй уровень – географический масштаб деятельности, базовая пространственная единица ведения конкуренции и позиционирования предприятия. Для типизации молочных предприятий следует выделить три пространственные единицы: муниципальный район, субъект Российской Федерации, территория Российской Федерации. Иными словами, географические границы рынка переработки молока увязываются, хотя и условно (из-за тенденции к образованию агломераций), с административными границами данных территорий в соответствии с приказом Федеральной антимонопольной службы России «Об утверждении порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке»⁴. Кроме того, географические границы рынка связаны с территориальной локализацией переработчиков и их доступом к сырьевой базе молочных хозяйств и сложившемуся кругу потребителей. Здесь мы не будем останавливаться на том, что емкость рынка каждой территории зависит от демографии, уровня реальных располагаемых доходов, объема потребления молочной продукции на душу населения.

В соответствии с этими условиями на рынке переработки молока предприятие каждого типа создает отличную от соперников конкурентную позицию, в основе которой лежит определенный набор конкурентных преимуществ. Мы считаем, что подход, согласно которому конкурентная позиция предприятия создается набором конкурентных преимуществ [8], а не одним преимуществом (затраты либо дифференциация), как у М. Портера [7], дает возможность устранить методологическую лакуну в теории конкурентного позиционирования, затрудняющую ее применение в анализе конкурентной практики (*рис. 1*).

Обладая данным внутренним потенциалом ресурсов (способностей), молочное предприятие каждого типа формирует доступную ему комбинацию конкурентных преимуществ. Разумеется, каждая комбинация конкурентных преимуществ определяется возможностями регулирования

³ Грант Р.М. Ресурсная теория конкурентных преимуществ: практические выводы для формулирования стратегии // Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент. 2003. № 3. С. 47–75.

⁴ Приказ Федеральной антимонопольной службы России от 28.04.2010 № 220 «Об утверждении порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке». URL: <https://fas.gov.ru/documents/576468>

ключевых параметров. От этого будет зависеть стратегическое положение предприятия по отношению к соперникам на рынке переработки молока. Но каждому типу молочного предприятия далеко не все параметры доступны для изменения, поэтому типизация предприятий должна строиться на основе неравных возможностей влияния на спектр параметров конкурентных преимуществ.

В своих работах мы описали три принципиально разных типа молочных предприятий, конкурирующих на российском рынке переработки молока [1, 8, 9]. Лидирующие молочные предприятия PepsiCo (США), Danone (Франция) и АО «Молвест» (Россия) реализуют на российском рынке переработки молока стратегию широкой дифференциации [1], которая разработана на основе комбинации трех конкурентных преимуществ: «количество продукции» (широта и глубина ассортимента), «качество продукции» (комбинированный состав и заданные свойства продукции и ее упаковки), «цена продукции» (наценка за новизну). В основе данной стратегии лежит параметр «широта товарной номенклатуры» [1], позволяющий максимально разнообразить продуктовый портфель продукцией, обогащенной микронутриентами, функциональной (диетической) молочной продукцией, продукцией детского питания, для кулинарии и пищевой промышленности. Такое продуктовое разнообразие достигается активным использованием в технологических процессах немолочных компонентов и побочных продуктов переработки молока.

В 2010 г., когда произошло поглощение российской компании «Юнимилк» французской «Danone», некоторые эксперты, оценивая угрозы для молочной отрасли страны, предупреждали, что в продукции «Danone» минимизирована молочная основа и присутствует большое количество немолочных компонентов. В продукции «Юнимилк», наоборот, преобладает традиционный ассортимент. По мнению В. Лабинова, распространение на продукцию «Юнимилк» стандартов «Danone» приведет к уменьшению содержания в ней молочного жира и белка⁵. Кроме того, данная конкурентная стратегия предполагает максимальную экономию расходов на закупку молока-сырья и существенные траты на маркетинг: брендинг, дистрибуцию и продвижение выпускаемой продукции. Так, если доля коммерческих расходов в выручке от продажи продукции компании «Юнимилк» до поглощения в 2010 г. составляла 3,2%, то в 2012 г. (после поглощения) – 8,5% (рост 2,7 раза)⁶.

⁵ Больше йогурта, меньше молока. URL: <https://expert.ru/2012/03/27/bolshe-jogurta-menshe-moloka/>

⁶ ОАО «Компания ЮНИМИЛК». URL: <http://yunimilk.company.com/>

Ведущие молочные предприятия являются последователями первого порядка, которые имитируют конкурентную стратегию «лидеров», но в меньшем масштабе, на региональном рынке переработки молока. У них сохраняется зависимость от местоположения хозяйств-поставщиков молока-сырья и объема поставок, поэтому создание конкурентного преимущества в количестве продукции осуществляется в меньшей степени за счет широты, но в большей степени благодаря насыщенности ассортимента и объему выпуска традиционной молочной продукции. На этом уровне конкурентного взаимодействия сравнение продукции потребителями идет уже не столько по видам, сколько по региональным брендам этих предприятий. Для такого типа переработчиков гарантией создания прочной конкурентной позиции является комбинация преимуществ – насыщенность ассортимента и низкие производственные затраты на единицу переработки молока.

На рынке переработки молока Саратовской области к этому типу переработчиков можно отнести ООО «Молочный комбинат Энгельсский» и ООО «Саратовский молочный комбинат» [8], которые вследствие удобного местоположения и в силу влияния получили доступ к ресурсу органов государственной власти (административная и бюджетная поддержка) и местных СМИ. Третье в списке предприятие – ОАО «Маслодел» – входит в корпоративную группу Воронежского холдинга АО «Молвест».

Локальные молочные предприятия являются последователями второго порядка, имитирующими конкурентную стратегию ведущих переработчиков на рынке переработки молока муниципального района. Вследствие низкой емкости данного рынка они неизбежно занимают узкую конкурентную позицию [9], которая характеризуется ростом объема выпуска традиционной молочной продукции и низкими производственными затратами на единицу переработки молока.

К этому типу можно отнести 17 молочных предприятий, локализованных на территории муниципальных районов Саратовской области.

Результаты

Рассмотрим, насколько оправдана в российских условиях (традиции потребления натуральной молочной продукции) непрерывная гонка за продуктовым разнообразием в качестве организационного императива развития молочной отрасли. В этой гонке уже давно определились признанные лидеры, неизбежно устанавливающие «правила игры» для большинства участников рынка переработки молока. Они давно освоили

такой тактический прием, применяемый в конкурентной стратегии, как заполнение всех возможных продуктовых ниш в ассортименте [7], который для переработчиков третьего типа воздвигает непреодолимый структурно-технологический барьер для входа со своей продукцией на более емкий рынок. Более того, ценой этой гонки является сокращение объемных показателей производства в молочной отрасли и, как следствие, потребления молочной продукции (*табл. 2*).

Приведенные в *табл. 2* показатели говорят о том, что за 29-летний период так и не удалось восстановить объемы производства молочной отрасли, соответствующие 1990 г., поскольку относительно этого года в 2019 г. производство ЦМП составило – 60,8%, сыров – 5,1%, масла сливочного – 13,7%, а потребление молочной продукции – 53,6%. За последние девять лет положительная динамика среднегодового темпа прироста наблюдается в производстве ЦМП (7%) и масла сливочного (8%), а снижение – в производстве сыров (9%).

Кроме того, рост показателей физических объемов производства молочной продукции лишь декларируется в программных приоритетах Минсельхоза Саратовской области. Так, в предпоследнем году (2019 г.) реализации Государственной программы «Развитие сельского хозяйства и регулирование рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия в Саратовской области» на 2013–2020 гг.» (далее – Государственной программы) запланировано достижение следующих целевых показателей производства: ЦМП – 210 тыс. т (фактически – 94,5%), сыров – 7,5 тыс. т (фактически – 7,3%), масла сливочного – 10,9 тыс. т (фактически – 30,2%)⁷. Таким образом, Саратовская область заняла в 2019 г. в производстве ЦМП 6 место по Приволжскому федеральному округу (ПФО) и 21 место по России, в производстве сыров – 12 место по ПФО и 45 место по России, в производстве масла сливочного – 10 место по ПФО и 28 место по России⁸.

На самом деле, реальным приоритетом государственной аграрной политики стала поддержка гонки за продуктовым разнообразием, которая в основных задачах и мероприятиях программы обозначена как освоение производства витаминизированного молока, кисломолочных продуктов с бифидобактериями, продуктов функционального питания на основе

⁷ Постановление Правительства Саратовской области от 29.12.2018 № 750-П «О государственной программе Саратовской области «Развитие сельского хозяйства и регулирование рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия в Саратовской области». URL: <http://docs.cntd.ru/document/467720792>

⁸ Молочный рынок Саратовской области. URL: <https://www.dairynews.ru/company/region/saratovskaya-oblast/stat/>

обезжиренного молока, пахты и сыворотки, продуктов с йодоказеином и др. Причем из текста Государственной программы следует, что эти задачи должны быть практически в равной мере распределены среди молочных предприятий всех типов, хотя неявно предполагается основную нагрузку возложить на два ранее упомянутых ведущих переработчика.

Заметим, что ориентация на стратегию продуктового разнообразия для локальных переработчиков может иметь неблагоприятные последствия для финансового состояния, вплоть до банкротства. На молочные предприятия этого типа выпадает наибольшее сокращение числа участников рынка. Наше исследование показало, что в период ассортиментного бума на ОАО «Гормолзавод Вольский», когда за период 2008–2014 гг. насыщенность продуктового портфеля возросла с 15 до 23 наименований молочной продукции, коэффициент автономии за этот период в среднем понизился до 38% [9], а в обязанности банка при рассмотрении заявки на кредит не входит предупреждать заемщика о риске нарушения финансового равновесия.

Без роста физических объемов выпуска невозможно решить социально-экономическую проблему стабилизации розничных цен на молоко и молочную продукцию на потребительском рынке региона (табл. 3). Данные, приведенные в табл. 3, показывают, что темпы роста розничных цен на питьевое молоко в 2013–2017 гг. превышали сложившийся уровень инфляции в регионе. Кроме того, по этому продукту спрос является неэластичным по цене, а у потребителя отсутствует альтернатива для его замещения, если только в качестве субститута не используется продукция из растительных заменителей (овсяное, соевое, рисовое молоко) [10], которая в последнее время активно внедряется в культуру потребления.

В сегменте молочно-кисломолочных продуктов всплески цен являются более высокими, но менее продолжительными (прерывистыми). По сырам это объясняется тем, что доля местных сыроделов на потребительском рынке региона не превышает 10%, а основная часть, прежде всего, твердых сыров завозится извне – из Республики Беларусь, Воронежской и Волгоградской областей. Местное сыроделие, в частности «Маслосырбаза «Энгельсская» ООО ПКФ «Сатурн», фокусируется на премиальном сегменте мягких сыров «Сулугуни» и «Моцарелла». По маслу сливочному доля местных переработчиков составляет 75% [8], причем значительная часть приходится на два ведущих молочных предприятия.

Для того чтобы в региональном сегменте переработки молока оценить рыночный потенциал ведущих переработчиков, то есть определить возможность влиять на объемы переработки и продажи молока и молочной продукции и устранять с этого рынка других участников, используем структурный подход (*табл. 4*). Из *табл. 4* видно, что в 2015 г. объем переработки молока в регионе достиг своего пика, после чего наметилась тенденция его сокращения, так как потребности переработчиков превышают производственные возможности коллективного сектора – сельскохозяйственных организаций (СХО), индивидуально-частного сектора крестьянско-фермерских хозяйств (К(Ф)Х), а также индивидуальных предпринимателей (ИП) в поставках молока-сырья. Мы отметили, что ведущие переработчики с момента освоения технологии стерилизации и ультрапастеризации молока в 2009 и 2010 гг. [8] расширяют свое присутствие и вывозят молочную продукцию на межрегиональные рынки Поволжья. В этом контексте становится понятным решение руководства Саратовского молочного комбината приобрести в декабре 2016 г. ООО «Чебоксарский городской молочный завод» у АО «Данон Россия», чтобы получить доступ к сырьевой базе хозяйств Республики Чувашия и преференцию по уплате земельного налога⁹.

Сокращение ресурсной базы молока-сырья и структурно-технологический барьер для входа на более емкий по территориальному охвату сегмент рынка приводит к сокращению числа переработчиков локального типа. При этом позиция оставшихся участников рынка становится все более неустойчивой из-за роста величины показателя переработки на одно молочное предприятие. Можно сказать, что объем переработки предприятия, занимавшего в 2019 г. шестое место в списке (*табл. 1*), уже недостаточен для поддержания устойчивой позиции в региональном масштабе. Доля двух ведущих переработчиков на рынке в среднем за шесть лет составила 58,5% и не имеет тенденции к снижению. Такой масштаб позволяет им применять приемы активного ценообразования, вытесняя соперников с рынка по отдельным продуктовым категориям, как в каналах распределения магазинов шаговой доступности, так и в сетевом ритейле.

Далее оценим рыночный потенциал ведущих переработчиков с точки зрения эффективности хозяйственной деятельности. Данный подход позволяет оценить возможность использования рыночной власти для формирования экономических результатов. Для этого возьмем ряд

⁹ Саратовский молочный комбинат прекращает инвестирование в производственную площадку на территории области. URL: <https://www.dairynews.ru/news/saratovskiy-molochnyy-kombinat-prekrashchaet-inves.html>

показателей из «Отчета о финансовых результатах» и соотнесем их с объемом переработки молока-сырья¹⁰. Тогда получим средние значения данных показателей, аналогичные применяемым для оценки несовершенного конкурентного рынка.

Средняя чистая выручка ANR представляет собой среднюю чистую цену 1 л переработанного молока. Средняя производственная себестоимость (себестоимость продаж) APC включает прямые затраты (приобретение молока-сырья) и часть косвенных затрат вместе с управленческими расходами. Средняя валовая прибыль AGP принимает три значения: если $ANR - APC > 0$, то значение AGP положительное; если $ANR - APC = 0$, то значение AGP равно 0; если $ANR - APC < 0$, то значение AGP отрицательное. Индекс результативности i_p представляет собой отношение средней чистой выручки к средней производственной себестоимости:

$$i_p = ANR / APC .$$

Оценка рыночной власти участников k_m определяется как отношение темпа роста T_r за 2014–2019 гг. средней выручки к темпам роста средней производственной себестоимости:

$$k_m = T_r(ANR) / T_r(APC) .$$

Сходный показатель представлен в работе А.Ю. Коковихина, Е.С. Огородниковой, Д. Уильямс, А.Е. Плахина [11]. При $k_m > 1$ возможность ограничения конкуренции высока; при умеренной возможности ограничения конкуренции $k_m = 1$; если $k_m < 1$, то возможность ограничения конкуренции отсутствует (табл. 5).

Как видно из табл. 5, за данный период оба ведущих переработчика не прибегали к установлению цены, «подрывающей» рынок, то есть цены, близкой к прямым затратам¹¹. В нашем случае это совпало бы с нулевой средней валовой прибылью. Весьма близким к этой ситуации для второго переработчика стал 2015 г., на который пришлось резкое снижение на 38% объема переработки по сравнению с 2014 г., и оказалась нереализованной стратегическая цель по достижению объема переработки молока, равного 200 т в сутки. Но в целом ведущие переработчики применяли цену в качестве инструмента создания конкурентного преимущества, о чем

¹⁰ ООО «Молочный комбинат «Энгельсский»: бухгалтерская отчетность и финансовый анализ. URL: https://www.audit-it.ru/buh_otchet/6449076937_ooo-molochnyy-kombinat-engelsskiy; ООО «Саратовский молочный комбинат»: бухгалтерская отчетность и финансовый анализ. URL: https://www.audit-it.ru/buh_otchet/6453143086_ooo-saratovskiy-molochnyy-kombinat

¹¹ Маршалл А. Основы экономической науки. М.: Эксмо, 2008. 832 с.

свидетельствует индекс результативности i_p , который за весь анализируемый период превысил 1.

Обращает на себя внимание тот факт, что снижение объема переработки сопровождается не снижением, а повышением средней чистой выручки у первого переработчика в 2018 г. и у второго переработчика – в 2016 и 2018 гг. Не совпадает и период низкой средней себестоимости производства (технологический оптимум) с высокой средней валовой прибылью. Таким образом, для образования положительной средней валовой прибыли у ведущих переработчиков имеется умеренная возможность использования рыночной власти, что подтверждает значение соответствующего коэффициента $k_m \approx 1$.

Кроме того, значение данного коэффициента указывает на то, что продуктовый портфель ведущих переработчиков насыщен традиционной молочной продукцией, и потому у них сохраняется зависимость от действующих поставщиков. Отсюда и возникает противоречие, которое внешне проявляется в качестве отраслевого риска несоответствия заготавливаемого объема молока-сырья экстремальным целям по увеличению выпуска насыщенного ассортимента. Для разрешения данного противоречия ведущие переработчики применяют три способа в политике закупок молока-сырья:

- расширение территории закупок и числа хозяйств-поставщиков;
- применение рыночной власти к действующим поставщикам, чтобы получить выгодные параметры молока-сырья;
- давление на цену молока-сырья за счет роста производства биржевых продуктов – сухого цельного и обезжиренного молока, что, по мнению В.Н. Суровцева, Ю.Н. Никулиной, Е.Н. Паюровой [10], отражает процесс глобальной конкуренции.

В Саратовской области в 2019 г. на сушку молока израсходовано 63 831 т (табл. 2), что составляет 26,2% от всего переработанного молока.

По мнению А.А. Черняева, И.В. Павленко, Е.В. Кудряшовой [12], в Саратовской области до 90% молочных предприятий в отношении хозяйств-поставщиков применяют рыночную власть, то есть занижают закупочные цены молока, что вынуждает их сокращать поголовье и искать каналы сбыта вне рынка закупки молока-сырья. Если к этому добавить практику картельных соглашений о географическом разделении рынка

молока-сырья на закупочные зоны, то важный вклад в сокращение числа хозяйств-поставщиков вносят переработчики. Так, число СХО в регионе в 2014–2019 гг. сократилось со 111 до 58.

Понятно, что сокращение числа участников рынка в категории СХО, обеспечивающей крупные и регулярные поставки молока, неизбежно приведет к образованию дефицита на рынке. В публичном дискурсе эта проблема не признается руководством Министерства сельского хозяйства Саратовской области, но в отчетах о реализации Государственной программы отмечается факт сокращения поголовья коров в этой категории хозяйств. Если в 2019 г. промышленный спрос переработчиков (Q_d) составил 244 000 т, а объем поставок на рынок реально учтенного о молока-сырья поставщиками в категориях СХО, К(Ф)Х и ИП (Q_s) – 183 000 т, то размер регионального дефицита $D_m = Q_d - Q_s$ составит 61 000 т. Тогда в относительном выражении, на что указывают С.А. Андриященко, М.Я. Васильченко, Е.Н. Трифонова [13], с точки зрения показателя сбалансированности рынка $i_b = (Q_d/Q_s) - 1 \cdot 100$ уровень дефицита составит 33,3%.

Деградация коллективного сектора молочного скотоводства и существенный дефицит молока-сырья на региональном рынке не позволяют переработчикам решить две важные задачи в политике закупок – сохранение стабильного состава поставщиков и распределение заготавливаемого молока между ними. Иными словами, становится недостижимым «правило Парето» в отношении оптимальной организации закупок молока-сырья, когда на 20% относительно крупных и средних хозяйств-поставщиков приходится до 80% закупок молока-сырья. Доля СХО в реализации молока к хозяйствам всех категорий составляет 25%, значит, имеет место проблема дисбаланса интересов участников рынка закупки и переработки молока, которая, на наш взгляд, не позволяет организовать транзакции на длительной основе и делает ущербным организационно-экономический механизм межотраслевых связей в молочном подкомплексе [9].

Образовавшиеся проблемы в сегменте закупки молока отражаются на сегменте продажи готовой молочной продукции. Все чаще в ходе проверок Роспотребнадзора выявляются факты фальсификации качества молокоемкой продукции – сметаны и масла сливочного. В ходе проверок периодически возникают претензии к качеству молочной продукции Саратовского молочного комбината, реализуемой под брендом «Добрая буренка» (слоган – «Только из свежего молока»), что дает повод для

рекламаций со стороны покупателей¹². Некоторые переработчики заблаговременно отказываются от выпуска молокоемкой продукции. С 2011 г. предприятие «Гормолзавод Вольский» отказывается от выпуска «адыгейского сыра» с коротким сроком созревания.

Заключение

Мы выяснили, что локальные переработчики подвергаются двум существенным рискам – это нехватка молока-сырья на близлежащих территориях, что связано с разделением рынка на закупочные зоны, и наличие непреодолимого структурно-технологического барьера для ведения конкуренции на емких рынках. Их попытка проникнуть с традиционной молочной продукцией на более емкий (новый) рынок, что в матрице И. Анзоффа получило название «развитие рынка», вызывает ответную реакцию ведущих переработчиков, укоренившихся в этом сегменте.

Развивая потенциал перерабатывающей подсистемы в рамках логики «экономии от разнообразия», ведущие переработчики стремятся к наибольшей интегрированности стадий производства и сбыта (розничной торговли). На тот факт, что «экономия от разнообразия» подталкивает компании к вертикальной интеграции (к интеграции «вверх» обратил внимание О. Уильямсон [14]. Здесь большую роль играет фактор специфичности местоположения, открывающий перспективы предложения «новых» молочных продуктов, не имеющих в сетевом ритейле. С учетом этого фактора, например, ГК «Белая долина», в которую входит предприятие «Молочный комбинат Энгельсский», создала собственную розничную сеть магазинов шаговой доступности.

В канале прямого маркетинга, где сделаны специфические инвестиции, ведущие переработчики могут вести жесткую ценовую конкуренцию. Для этого в ассортиментной группе «питьевое молоко» они увеличивают глубину ассортимента, что позволяет применить метод изолированного ценообразования (низких в отношении конкурентов цен). Такой тактический прием, начиная с сентября 2014 г. – период сезонного роста потребительского спроса, применяет ГК «Белая долина», предлагающая в собственной розничной сети продукт «молоко фирменное» (табл. 6).

Увеличение глубины предложения и установление низких в отношении конкурентов цен не повлечет обвинений в установлении монопольно низкой

¹² Саратовский молкомбинат, обвиненный в фальсификации сметаны, привел доказательства невиновности. URL: https://www.dairynews.ru/news/saratovskiy-molkombinat-obvinenny-v-falsifikatsii.html?sphrase_id=9719964

цены, поскольку антимонопольное законодательство рассматривает данный продукт в качестве «усовершенствованного» продукта, хотя реально возросла на один вариант только глубина его предложения за счет изменения внешнего оформления и названия. Следовательно, вертикальная интеграция «вверх» в целях создания канала прямого маркетинга повышает возможность варьировать параметры конкурентных преимуществ (глубина ассортимента, розничная цена), приводя к вытеснению конкурентов с рынка по данной ассортиментной группе.

С учетом сказанного можно сделать ряд выводов. Сокращение числа локальных переработчиков в сегменте переработки молока лишь отчасти связано с использованием ведущими переработчиками доминирующего положения. Структурный и результатный подходы к оценке состояния конкуренции показали, что рынок переработки молока Саратовской области является умеренно концентрированным. Уход с рынка локальных переработчиков во многом связан с попыткой следовать стратегии продуктового разнообразия, навязанной крупными игроками. Следование данной стратегии связано с преодолением структурно-технологического барьера для входа со своей продукцией на более емкий рынок и жесткими ответными действиями укоровившихся участников рынка.

Насыщенный ассортимент делает конкурентную позицию предприятия весьма уязвимой и зависимой от внешних факторов. Помимо роста непроизводственных расходов сферы обращения, связанных со стратегией продуктового разнообразия, возникают дополнительные расходы, вызванные государственным регулированием рынка (плата за предоставление кодов маркировки) и обслуживанием кредитов и займов. Перерасход средств по непроизводственной сфере неизбежно приводит к потере финансового равновесия и устойчивости, поэтому локальным молочным предприятиям необходимо ограничить себя в гонке за продуктовым разнообразием и сфокусироваться на выпуске традиционного ассортимента.

Таблица 1**Экономические показатели некоторых молокоперерабатывающих предприятий Саратовской области (2019 г.)****Table 1****The Saratov Oblast: Economic performance of some dairy companies in 2019**

Предприятие	Ассортимент выпускаемой молочной продукции	Переработка молока	
		объем, т	доля по региону, %
ООО «Молочный комбинат Энгельсский», г. Энгельс	Цельномолочная продукция, масло животное, сухое молоко	80 000	32,9
ООО «Саратовский молочный комбинат», г. Саратов	Масло животное, казеин технический, цельномолочная продукция	39 665	16,3
ОАО «Маслодел», г. Маркс	Масло животное, цельномолочная продукция	25 807	10,6
ООО «Пугачевские молочные продукты», г. Пугачев	Сухие молочные продукты, масло животное	24 687	10,1
ООО «Комбинат детского питания», г. Саратов	Цельномолочная продукция	19 512	7,9
ООО «Молоко Поволжья», г. Балаково	Масло животное, казеин технический, цельномолочная продукция	9 580	3,9
ОАО «Гормолзавод Вольский», г. Вольск	Масло животное, цельномолочная продукция, конфеты на сливках	9 395	3,8
ИП «Плотникова С.Н.», г. Аркадак	Сухие молочные продукты, масло животное	5 658	2,3
ЗАО Маслодельный завод «Хвалынский», г. Хвалынский	Сыры мягкие, масло животное, цельномолочная продукция	4 079	1,7

Источник: рассчитано автором на основе данных: The Dairy News.URL: <https://www.dairynews.ru/company/>*Source:* Authoring, based on: The Dairy News. URL: <https://www.dairynews.ru/company/>**Таблица 2****Саратовская область: производство и потребление молочной продукции (1990–2019 гг.)****Table 2****The Saratov Oblast: Dairy production and consumption in 1990–2019**

Год	Производство	
	цельномолочная продукция (в пересчете на молоко), тыс. т	сыры и сырная продукция, тыс. т
1990	326,5	10,7
2000	62	3
2010	110	1,3
2011	145	1,2
2012	178,2	0,8
2013	198,8	0,857
2014	215,3	1,624
2015	231,7	3,083
2016	217,6	1,721

2017	203,1	0,349
2018	219,3	0,316
2019	198,5	0,548

Продолжение

Год	Производство		Потребление молока и молочной продукции кг/чел./год
	масло сливочное и пасты масляные, тыс. т	сухое молоко тыс. т	
1990	24,1	–	433
2000	6,4	–	249
2010	1,7	–	311
2011	2,2	–	324
2012	2,1	–	309
2013	2,755	6,029	284
2014	3,015	7,995	263
2015	2,608	4,99	247
2016	2,679	7,216	231
2017	2,739	7,915	231
2018	2,804	6,694	232
2019	3,293	8,744	232

Источник: рассчитано автором на основе: Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Саратовской области. URL: <https://srtv.gks.ru/>

Source: Authoring, based on the Federal State Statistics Service Local Agency for the Saratov Oblast data. URL: <https://srtv.gks.ru/>

Таблица 3

Саратовская область: динамика цен на молоко и молочную продукцию на потребительском рынке (2010–2019 гг.)

Table 3

The Saratov Oblast: Milk and dairy price changes in the consumer market in 2010–2019

Год	Питьевое молоко (жирность 2,5–3,2%)	
	средняя цена на потребительском рынке, руб./кг	значение к предыдущему году, %
2010	23,83	–
2011	24,32	102,1
2012	24,24	99,7
2013	29,89	123,3
2014	34,29	114,7
2015	39,2	114,3
2016	42,76	109,1
2017	44,9	105
2018	44,84	99,8
2019	45,64	101,8

Продолжение

Год	Сыры сычужные средняя цена на потребительском рынке, руб./кг	значение к предыдущему году, %
2010	215,35	–
2011	221,6	102,9
2012	216,17	97,6
2013	271,39	125,5
2014	338,11	124,7
2015	358,63	106,1
2016	408,14	113,8
2017	397,73	97,5
2018	426,95	107,3
2019	482,25	113

Продолжение

Год	Масло сливочное средняя цена на потребительском рынке, руб./кг	значение к предыдущему году, %	Индекс потребительских цен, %
2010	153,28	–	–
2011	203,38	132,7	105,3
2012	201,49	99,1	106
2013	248,03	123,1	106,2
2014	289,22	116,6	110,9
2015	323,01	111,7	111,7
2016	416,54	129	103,9
2017	442,48	106,2	101,2
2018	461,16	104,2	104,2
2019	503,94	109,4	102,5

Источник: рассчитано автором на основе: Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Саратовской области. URL: <https://srtv.gks.ru/>

Source: Authoring, based on the Federal State Statistics Service Local Agency for the Saratov Oblast data. URL: <https://srtv.gks.ru/>

Таблица 4

Саратовская область: объем и структуры рынка переработки молока (2014–2018 гг.)

Table 4

The Saratov Oblast: Milk processing market volume and structure in 2014–2018

Год	Общий объем переработки молока в регионе, т	Число предприятий – переработчиков молока, ед.
2014	219 500	27
2015	277 000	24
2016	270 000	22
2017	216 310	23
2018	217 000	18

Продолжение

Год	Объем переработки на одно предприятие, т/ед.	Суммарный объем переработки по двум ведущим предприятиям, т	Доля двух ведущих предприятий в переработке, %
2014	8 129,6	165 000	75,2
2015	11 541,7	143 550	51,8
2016	12 272,7	149 633	55,4
2017	9 404,8	155 910	72,1
2018	12 055,6	102 883	47,4

Источник: рассчитано автором на основе данных: The Dairy News.URL: <https://www.dairynews.ru/company/>*Source:* Authoring, based on: The Dairy News. URL: <https://www.dairynews.ru/company/>**Таблица 5****Экономические результаты ведущих предприятий молочной промышленности Саратовской области (2014–2019 гг.)****Table 5****The Saratov Oblast leading dairy companies' economic performance for 2014–2019**

Год	Объем переработки молока, т	Средняя чистая выручка, руб./кг	Средняя производственная себестоимость (себестоимость продаж), руб./кг
<i>ООО «Молочный комбинат Энгельсский»</i>			
2014	92 000	12,68	11,5
2015	98 550	14,17	13,11
2016	104 633	15,7	14,63
2017	110 910	18,41	17,6
2018	63 218	36,97	35,15
2019	80 000	33,82	31,85
Среднее за 2014–2019	91 552	21,96	20,64
<i>ООО «Саратовский молочный комбинат»</i>			
2014	73 000	9,72	9,09
2015	45 000	5,14	4,97
2016	45 000	22,48	21,87
2017	45 000	25,47	23,4
2018	39 665	26,59	25,47
2019	39 665	26,13	25,3
Среднее за 2014–2019	47 888	19,26	18,35

Продолжение

Год	Средняя валовая прибыль, руб./кг	Индекс результативности	Оценка рыночной власти участников
<i>ООО «Молочный комбинат Энгельсский»</i>			
2014	1,18	1,1	–
2015	1,06	1,08	0,98
2016	1,07	1,07	0,99
2017	0,8	1,05	0,97
2018	1,82	1,05	1
2019	1,97	1,06	1,01
Среднее за 2014–2019	1,32	1,07	0,99
<i>ООО «Саратовский молочный комбинат»</i>			
2014	0,63	1,07	–
2015	0,17	1,03	0,97
2016	0,61	1,03	0,99
2017	2,07	1,09	1,06
2018	1,12	1,04	0,96
2019	0,83	1,03	0,99
Среднее за 2014–2019	0,9	1,05	0,99

Источник: рассчитано автором на основе данных: The Dairy News.URL: <https://www.dairynews.ru/company/>*Source:* Authoring, based on: The Dairy News. URL: <https://www.dairynews.ru/company/>**Таблица 6****Розничная цена питьевого молока (жирность 2,5%, в пленочной упаковке)
на потребительском рынке Саратовской области в 2014 г., руб./900 мл****Table 6****The Saratov Oblast consumer market: Retail price of drinking milk (fat content
2,5 percent, polybag) in 2014, RUB per 900 ml**

Переработчики, реализующие питьевое молоко	Сентябрь 2014 г.	Октябрь 2014 г.	Ноябрь 2014 г.
«Молоко фирменное» (ТМ «Белая долина», собственная розничная сеть)	26,9	26,9	27,9
Молоко «Молочный гость» (Саратовский молочный комбинат, собственная розничная сеть)	30	30	32
Молоко «Атикс-МТ» (сетевой канал)	25,9	25,9	27,9
Молоко «Анютин» (племзавод «Мелиоратор», сетевой канал)	30	30	32

Источник: авторская разработка*Source:* Authoring

Рисунок 1**Молочная отрасль: стандартный набор конкурентных преимуществ****Figure 1****Dairy industry: A standard set of competitive advantages**

Ценовые конкурентные преимущества	Неценовые конкурентные преимущества
Элементы затрат: материальные, на оплату труда, амортизация, прочие. Затраты на стадиях операционного процесса. Переменные и постоянные затраты	Широта, насыщенность и глубина товарного ассортимента. Объем выпуска продукции. Безопасность продукции для жизни и здоровья. Функциональное качество. Качество упаковки

Источник: авторская разработка*Source:* Authoring**Список литературы**

1. Андреев А.В. Влияние лидеров молочной индустрии на формирование российского рынка переработки молока // Региональная экономика: теория и практика. 2020. Т. 18. Вып. 6. С. 1142–1160.
URL: <https://doi.org/10.24891/re.18.6.1142>
2. Андреев А.В. Конкурентоспособность предприятий пищевой промышленности Саратовской области в системе совершенствования экономического потенциала: монография. Саратов: Саратовский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского, 2001. 148 с.
3. Bain J.S. Relation of Profit Rate to Industry Concentration: American Manufacturing, 1936–1940. *The Quarterly Journal of Economics*, 1951, vol. 65, iss. 3, pp. 293–324.
URL: <http://dx.doi.org/10.2307/1882217>
4. Mason E.S. The Current Status of the Monopoly Problem in the United States. *Harvard Law Review*, 1949, vol. 62, iss. 8, pp. 1265–1285.
URL: <https://doi.org/10.2307/1336466>
5. Соколова Е.В. Теоретические основы формирования конкурентной политики // Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент. 2012. № 4. С. 82–100. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-osnovy-formirovaniya-konkurentnoy-politiki-1/viewer>
6. Фон Нейман Дж., Моргенштерн О. Теория игр и экономическое поведение. М.: Наука, 1970. 707 с.

7. *Портер М.* Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. М.: Альпина Паблишер, 2016. 1020 с.
8. *Андреев А.В.* Способы укрепления конкурентной позиции молокоперерабатывающих предприятий на региональном уровне // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Экономика. Управление. Право. 2014. Т. 14. № 1-1. С. 71–80. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sposoby-ukrepleniya-konkurentnoy-pozitsii-molokopererabatyvayuschih-predpriya-na-regionalnom-urovne/viewer>
9. *Андреев А.В.* Удержание конкурентных преимуществ молочных предприятий на локальном уровне // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Экономика. Управление. Право. 2014. Т. 14. № 3. С. 542–551. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/uderzhanie-konkurentnyh-preimuschestv-molochnyh-predpriyatiy-na-lokalnom-urovne/viewer>
10. *Суровцев В.Н., Никулина Ю.Н., Паюрова Е.Н.* Достижение пороговых показателей Доктрины продовольственной безопасности по молоку: прогноз, факторы и риски // АПК: Экономика, Управление. 2019. № 12. С. 38–50. URL: <https://doi.org/10.33305/1912-38>
11. *Коковихин А.Ю., Огородникова Е.С., Уильямс Д., Плахин А.Е.* Оценка конкурентной среды на региональных рынках // Экономика региона. 2018. Т. 14. Вып. 1. С. 79–94. URL: <https://doi.org/10.17059/2018-1-7>
12. *Черняев А.А., Павленко И.В., Кудряшова Е.В.* Процессы интеграции – фактор оптимизации межотраслевых отношений АПК // Аграрный научный журнал. 2014. № 12. С. 94–100.
13. *Васильченко М.Я., Андрющенко С.А., Трифонова Е.Н.* Факторы повышения эффективности производственного потенциала молочного скотоводства и молочной промышленности России // Аграрный научный журнал. 2018. № 5. С. 59–66. URL: <https://doi.org/10.28983/asj.v0i5.397>
14. *Уильямсон О.И.* Экономические институты капитализма: Фирмы, рынки, «отношенческая» контрактация. СПб.: Лениздат, 1996. 702 с.

Информация о конфликте интересов

Я, автор данной статьи, со всей ответственностью заявляю о частичном и полном отсутствии фактического или потенциального конфликта интересов с какой бы то ни было третьей стороной, который может возникнуть вследствие публикации данной статьи. Настоящее заявление относится к проведению научной работы, сбору и обработке данных, написанию и подготовке статьи, принятию решения о публикации рукописи.

pISSN 2073-1477
eISSN 2311-8733

Agro-Industrial Complex

DEVELOPING A REGIONAL MILK PROCESSING MARKET: A COMPETITIVE ASPECT

Andrei V. ANDREEV

Stolypin Volga Region Institute of Administration – Branch of Russian Presidential Academy
of National Economy and Public Administration (RANEPA),
Saratov, Russian Federation
awvv@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0002-6006-9611>

Article history:

Article No. 112/2021
Received 4 Mar 2021
Received in revised
form 7 May 2021
Accepted 15 June 2021
Available online
15 July 2021

JEL classification:

L1, L4, Q13

Keywords: product
diversity, competitive
advantages, leading and
local dairy factories,
moderately concentrated
milk processing market

Abstract

Subject. This article examines the impact of competition in the dairy industry on the formation of the regional milk processing market structure.

Objectives. The article aims to analyze the risks and threats to the economic security of the region arising from the creation of competitive advantages by different types of dairy enterprises. The Saratov Oblast is considered as a case study.

Methods. For the study, the neoclassical *Structure–Conduct–Performance* (SCP) paradigm is used, which is explained through the market positioning theory, resource-based view (RBV), and the transaction approach.

Results. The article notes that a moderately concentrated structure of the milk processing market has been formed in the Saratov Oblast. There are two leading enterprises that are able to influence not only the less strong local processing factories and producers of raw milk, but also the Oblast's economic security.

Conclusions. Leading dairy companies of the region, following industry leaders, are seeking to expand their competitive position in inter-regional markets. The needs of processors in raw milk constantly exceed the production capacity of dairy farming, and market power enables them to displace local processors from the market and contributes to the reduction of the number of market participants in the moderately concentrated dairy industry. The consequences of these actions go beyond antitrust policy and relate to the broader regulation of agri-food markets.

© Publishing house FINANCE and CREDIT, 2021

Please cite this article as: Andreev A.V. Developing a Regional Milk Processing Market: A Competitive Aspect. *Regional Economics: Theory and Practice*, 2021, vol. 19, iss. 7, pp. 1277–1302.
<https://doi.org/10.24891/re.19.7.1277>

References

1. Andreev A.V. [Influence of dairy industry leaders on the development of the Russian milk processing market]. *Regional'naya ekonomika: teoriya*

- i praktika* = *Regional Economics: Theory and Practice*, 2020, vol. 18, iss. 6, pp. 1142–1160. (In Russ.) URL: <https://doi.org/10.24891/re.18.6.1142>
2. Andreev A.V. *Konkurentosposobnost' predpriyatii pishchevoi promyshlennosti Saratovskoi oblasti v sisteme sovershenstvovaniya ekonomicheskogo potentsiala: monografiya* [Competitiveness of the food industry of the Saratov Oblast in the system of improving economic potential: a monograph]. Saratov, Saratov State University Publ., 2001, 148 p.
 3. Bain J.S. Relation of Profit Rate to Industry Concentration: American Manufacturing, 1936–1940. *The Quarterly Journal of Economics*, 1951, vol. 65, iss. 3, pp. 293–324. URL: <http://dx.doi.org/10.2307/1882217>
 4. Mason E.S. The Current Status of the Monopoly Problem in the United States. *Harvard Law Review*, 1949, vol. 62, iss. 8, pp. 1265–1285. URL: <https://doi.org/10.2307/1336466>
 5. Sokolova E.V. [The theoretical basis of competition policy]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Menedzhment = Vestnik of Saint Petersburg University. Management*, 2012, no. 4, pp. 82–100. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-osnovy-formirovaniya-konkurentnoy-politiki-1/viewer> (In Russ.)
 6. Von Neumann J., Morgenstern O. *Teoriya igr i ekonomicheskoe povedenie* [Theory of Games and Economic Behavior]. Moscow, Nauka Publ., 1970, 707 p.
 7. Porter M.E. *Konkurentnoe preimushchestvo: Kak dostich' vysokogo rezul'tata i obespechit' ego ustoichivost'* [The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance]. Moscow, Al'pina Publisher Publ., 2016, 1020 p.
 8. Andreev A.V. [Ways to strengthen the competitive position of milk processing enterprises at the regional level]. *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Novaya seriya. Seriya: Ekonomika. Upravlenie. Pravo = Izvestiya of Saratov University. Economics. Management. Law*, 2014, vol. 14, iss. 1-1, pp. 71–80. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sposoby-ukrepleniya-konkurentnoy-pozitsii-molokopererabatyvayuschih-predpriya-na-regionalnom-urovne/viewer> (In Russ.)
 9. Andreev A.V. [Withholding of competitive advantage dairy enterprises at the local level]. *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Novaya seriya. Seriya: Ekonomika. Upravlenie. Pravo = Izvestiya of Saratov University. Economics.*

Management. Law, 2014, vol. 14, iss. 3, pp. 542–551.

URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/uderzhanie-konkurentnyh-preimuschestv-molochnyh-predpriyatiy-na-lokalnom-urovne/viewer> (In Russ.)

10. Surovtsev V.N., Nikulina Yu.N., Payurova E.N. [Achieving milk threshold of food security doctrine: forecast, factors and risks]. *APK: ekonomika, upravlenie = AIC: Economics, Management*, 2019, no. 12, pp. 38–50. (In Russ.) URL: <https://doi.org/10.33305/1912-38>
11. Kokovikhin A. Yu., Ogorodnikova E.S., Williams D., Plakhin A.E. [Assessment of the competitive environment in the regional markets]. *Ekonomika regiona = Economy of Region*, 2018, vol. 14, iss. 1, pp. 79–94. (In Russ.) URL: <https://doi.org/10.17059/2018-1-7>
12. Chernyaev A.A., Pavlenko I.V., Kudryashov E.V. [Integration processes – factor of optimization of intersectoral relations in agroindustrial complex]. *Agrarnyi nauchnyi zhurnal = Agrarian Scientific Journal*, 2014, no. 12, pp. 94–100. (In Russ.)
13. Vasil'chenko M. Ya., Andryushchenko S.A., Trifonova E.N. [The factors of increasing the efficiency of the production potential of dairy cattle and milk industry of Russia]. *Agrarnyi nauchnyi zhurnal = Agrarian Scientific Journal*, 2018, no. 5, pp. 59–66. (In Russ.) URL: <https://doi.org/10.28983/asj.v0i5.397>
14. Williamson O.E. *Ekonomicheskie instituty kapitalizma: Firmy, rynki, "otnoshencheskaya" kontraktatsiya* [The Economic Institutions of Capitalism: Firms, Markets, Relational Contracting]. St. Petersburg, Lenizdat Publ., 1996, 702 p.

Conflict-of-interest notification

I, the author of this article, bindingly and explicitly declare of the partial and total lack of actual or potential conflict of interest with any other third party whatsoever, which may arise as a result of the publication of this article. This statement relates to the study, data collection and interpretation, writing and preparation of the article, and the decision to submit the manuscript for publication.