

СУЩНОСТЬ, СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ МОЛОЧНОГО КОМПЛЕКСА АПК

© С.В. Тухтарова

Исследователь, Махачкала, Россия

В статье рассмотрены теоретические вопросы определения понятия, сущности и содержания конкурентоспособности. Приведены различные трактовки понятия «конкурентоспособность», в том числе применительно к сельскому хозяйству. Особое место уделено определению особенностей конкурентоспособности предприятий молочного комплекса АПК. Сделан вывод о том, что понятие «конкурентоспособность предприятия» значительно шире конкурентоспособности продукции, так как отражает эффективность производственной, маркетинговой и финансовой деятельности, а также включает и уровень конкурентоспособности продукции.

Ключевые слова: АПК и сельское хозяйство, молочный комплекс, конкурентоспособность.

THE ESSENCE, CONTENT AND FEATURES OF ENTERPRISE COMPETITIVENESS DAIRY COMPLEX OF THE AGRO-INDUSTRIAL COMPLEX

© S.V Tukhtarova

Researcher, Makhachkala, Russia

The article deals with the theoretical issues of defining the concept, essence and content of competitiveness. Various interpretations of the concept of "competitiveness" are given, including in relation to agriculture. Special attention is paid to determining the features of the competitiveness of enterprises of the dairy complex of the agro-industrial complex. It is concluded that the concept of "enterprise competitiveness" is much broader than product competitiveness, as it reflects the effectiveness of production, marketing and financial activities, and also includes the level of product competitiveness.

Keywords: Agribusiness and agriculture, dairy complex, competitiveness.

Трансформация социально-экономической системы в России привела к разрушению сложившихся хозяйственных связей, усилению конкуренции на рынках различных товаров, тем самым подорвав спрос на продукцию отечественных производителей, работающих на неконкурентном рынке. Это особенно негативно отразилось на рынке продовольственных товаров – продукция сельского хозяйства и пищевой промышленности оказались не в состоянии конкурировать с «раскрученными» зарубежными брендами продовольственных товаров.

Агропромышленный комплекс обеспечивает производство продуктов питания, от качества которых зависит как здоровье населения, так и возможности обеспечения воспроизводства в экономике. Это характеризует необходимость решения задач, связанных с функционированием АПК, с ее привязкой к территориальным природно-географическим особенностям, от которых зависит урожайность сельскохозяйственных культур и продуктивность животноводства.

Анализ сложившейся в АПК России ситуации характеризует, что за годы рыночных преобразований агропромышленный комплекс страны и отдельных регионов значительно отстал в техническом и технологическом обеспечении, что стало результатом как

деструктивной политики государства, так и диспропорций цен на промышленную и сельскохозяйственную продукцию. В итоге, все это привело к декапитализации АПК – сельскохозяйственные предприятия утратили собственные оборотные средства, уничтожен племенной скот и посевной фонд, изнашивались основные фонды, не были внедрены новые технологии и предприятия стали убыточными. Частично этому способствовало и монопольное положение перерабатывающих сельхозпродукцию предприятий, устанавливающие низкие закупочные цены на продукцию сельхозпроизводителей. Из-за неплатежеспособности сельскохозяйственных товаропроизводителей оказались в упадке ряд отраслей, связанных с сельским хозяйством, в том числе и научно-исследовательские структуры, осуществляющих разработки для сельского хозяйства и пищевой промышленности.

Становление рыночной экономики, функционирующей на принципах конкуренции, и вступление в ВТО актуализирует необходимость не только поиска решений существующих проблем развития в целом АПК, но и поиска направлений повышения конкурентоспособности продукции отечественного АПК. Все это предполагает новая организация производства, управление комплексами по регионам и территориям, полное использование производительных сил всех подкомплексов. Такая необходимость особенно ощущается в условиях поэтапного перехода на правила ведения хозяйства, устанавливаемые Всемирной торговой организацией, когда конкурентоспособность выступает главным условием сохранения и обеспечения стратегического развития аграрного сектора. Кроме того, с развитием технологий переработки сельскохозяйственной продукции все более ужесточается конкуренция на рынке продовольствия. Не менее существенное значение для российских регионов, в том числе Республики Дагестан, приобретает относительно низкая покупательная способность населения, что стимулирует импорт из-за рубежа низкокачественной продовольственной продукции (генно-модифицированной, подвергающейся химической обработке, а также изначально изготовленной из несельскохозяйственного сырья или из продукции вторичной переработки путем химического воздействия). В этих условиях становится актуальной необходимость учета всех факторов конкурентоспособности и акцентирования политики продвижения продукции на качественные показатели, учитывающие экологичность продукции.

Теоретические вопросы формирования и развития агропромышленного комплекса в России наиболее широко обсуждались в научной литературе в 70-80-х годах XX века. Формирование современного агропромышленного комплекса в России, по мнению многих специалистов, началось в середине 60-х годов на базе ранее разрозненно существовавших отраслей сельского хозяйства, промышленности, агросервиса и торговли. Но на тот момент критерием экономической целесообразности являлась эффективность производства, которая определялась объемами производства и затраченных средств. В настоящее время в условиях рыночной экономики таким критерием стала конкурентоспособность, которая для российской экономики является относительно новым термином и значительно отличается от категорий, связанных с эффективностью.

Сейчас ясно видится тот факт, что конкурентными преимуществами будет обладать более быстрый, умеющий ориентироваться в ситуации получения большего набора конкурентных преимуществ. Чтобы знать ситуацию на рынке предприятие должно систематически отслеживать любые изменения, что под силу только крупным компаниям, имеющим достаточно средств раньше других получать информацию, разрабатывать внедрять нововведения. Только имея необходимую информацию, оно может правильно оценить возможности конкурентов и собственные силы, так же выбрать наиболее подходящую стратегию, направленную на создание и поддержание собственного конкурентного преимущества, так как конкурентная борьба по сути своей приводит к победе благодаря продуманной стратегии, которая является характеристикой конкурентоспособности.

Многие региональные производители молочной продукции, не имея возможности разрабатывать и внедрять собственные инновационные технологии вынуждены в качестве стратегии, развития выбирать модель догоняющей модернизации. Мелкие товаропроизводители, осуществляющие свою деятельность на региональном рынке молочной продукции, в основе стратегии закладывают подход, связанный с жесткой экономией средств,

что связано с использованием преимущественно ручного труда и традиционных технологий. Это позволяет получать экологически чистую продукцию с высокими трудозатратами, но способную конкурировать по цене с продукцией крупных агрохолдингов.

По мере развития рыночных отношений и создания реальных условий конкуренции в России расширилось число товаропроизводителей, для которых конкурентоспособность стала объектом управления и одним из главных критериев хозяйственной деятельности. В целом, в экономической энциклопедии под конкурентоспособностью понимается способность определенного объекта или субъекта превзойти конкурентов в заданных условиях. Структура элементов конкурентоспособности приводится на рисунке 1.

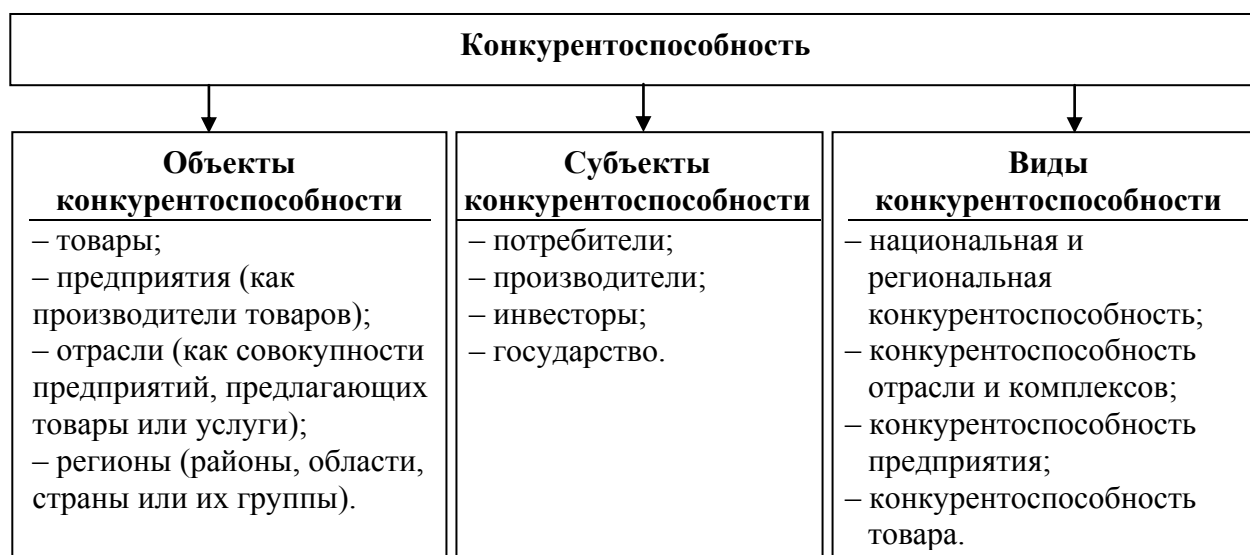


Рис. 1. Структура конкурентоспособности

В середине 1990-х годов в России, когда только происходило становление рыночных отношений, отечественные авторы под конкуренцией понимали «... соперничество на каком-либо поприще между отдельными юридическими или физическими лицами (конкурентами), заинтересованными в достижении одной и той же цели. С точки зрения предприятия такой целью является максимизация прибыли за счет завоевания предпочтений потребителя» [1]. Как мы видим, речь идет о соперничестве, что в рыночной экономике не совсем верно. По мере становления рыночных отношений и появлением свободного рынка в России, все чаще в научной литературе можно встретить подход, характеризующий конкуренцию как проявление конкурентной борьбы. Тем не менее, в России проблема конкурентоспособности экономики и ее отраслей не вполне четко осознана для выработки стратегических приоритетов страны, хотя уже давно стало проблемой номер один в макроуровневой экономической политике индустриальных стран. Постоянно формируются критерии конкурентоспособности стран с точки зрения макроэкономических и микроэкономических уровней развития системы.

Проблемам обеспечения конкурентоспособности и развития конкурентной среды посвящены множество научных работ отечественных и зарубежных авторов [1-6]. Несмотря на обширные исследования в настоящее время в отечественной научной литературе не существует единого определения понятия «конкурентоспособность». Основными факторами, которые обуславливают возможность множественности трактовок этого понятия, являются различные исходные позиции экономистов, а также и то, что в качестве производителя рассматривается лишь отдельное предприятие, отрасль или вся экономика в целом. Конкурентоспособность – понятие относительное, поскольку успешно конкурирующие на одних рынках предприятия будут совершенно неконкурентоспособными на других.

Ведущий российский экономист, исследовавший возникновение и развитие конкуренции Р.А. Фатхутдинов, определил «конкуренцию как процесс управления субъектом своими конкурентными преимуществами для одержания победы или достижение других целей в борьбе

с конкурентами за удовлетворение объективных и субъективных потребностей в рамках законодательства либо в естественных условиях» [6].

Применительно к сельскому хозяйству за основу определения термина «конкуренция» можно взять предложенное Майоровым Е.О.: «Конкуренция – это отношения формирующиеся в условиях общественного разделения труда, экономической обособленности товаропроизводителей, развитого обмена и выступают, с одной стороны, в форме всеобщего соперничества между хозяйствующими субъектами за рынки сбыта сельскохозяйственного сырья, рабочей силы, инвестиций, государственных субсидий, альтернативные варианты приложения капитала и получения прибыли, а, с другой стороны, эти отношения включают в себя не только столкновения экономических интересов производителей продукции АПК, но и их согласование в направлении достижения экономических целей» [4].

Основоположник теории конкурентоспособности, М. Портер, выделяет пять конкурентных сил, которые определяют прибыльность в отрасли, в совокупности которые определяют предельный потенциал прибыли отрасли [5]. Такой алгоритм распределения прибыли позволяет понять принципы формирования структуры тех или иных отраслевых рынков. Исходя из этого в развитых странах используют различные инструменты регулирования, особенно на рынках агропромышленной продукции. В частности, инструменты антимонопольного регулирования, политику регулирования цен на отдельные виды продукции, различные механизмы государственной поддержки малого и среднего предпринимательства и т.д.

Понятие конкурентоспособность предприятия значительно шире конкурентоспособности продукции, так как отражает эффективность производственной, маркетинговой и финансовой деятельности, а также включает и уровень конкурентоспособности продукции. Вышеотмеченные пять конкурентных сил по теории М. Портера, влияют на возникновение угроз и приобретения конкурентных преимуществ предприятиями данной отрасли.

Согласно М. Портеру появление новых конкурентов влечет за собой угрозу компании, поскольку их появление в отрасли может означать создание конкурента-агрессора, обладающего огромным потенциалом и новыми технологиями. Тем самым усиливается конкуренция, что требует формирования дополнительных конкурентных преимуществ.

В современной литературе, посвященной проблеме конкуренции, можно встретить три подхода которые можно использовать в отношении разных уровней конкуренции и обеспечения конкурентоспособности, в том числе, в отраслевом аспекте при определении конкурентоспособности предприятий молочного комплекса АПК.

«Несмотря на принципиальное различие формирования конкурентных преимуществ на разных уровнях организации национальной экономики, на каждом из этих уровней можно условно выделить три группы конкурентных преимуществ и соответствующую стратегическую компоненту:

1. Микроуровень – товары (конкретные виды продукции и услуг);
2. Мезоуровень – отдельные предприятия, фирмы, их корпоративные объединения, отрасли, отраслевые комплексы;
3. Макроуровень – национальные хозяйства отдельных стран.

На каждом из указанных уровней формируется различное содержание самого процесса конкуренции и круг факторов, формирующих микро-, мезо- и макро-конкурентоспособность. Каждое из перечисленных понятий конкурентоспособности описывается своим набором показателей и соответственно процесс повышения конкурентоспособности требует специфического для каждого уровня подхода» [2].

Конкурентоспособность на микроуровне, т.е. конкретного товара представляет собой характеристику товара, отражая его соответствие конкретной потребности с учетом затрат на удовлетворение данной потребности. Составляющими конкурентоспособной продукции выступают потребительские свойства и цена. Кроме того, в рыночных условиях продвижение

товара зависит и от эффективной маркетинговой деятельности, престижа, уровня послепродажного обслуживания и т.д.

Конкурентоспособность молочной продукции также находится в прямой зависимости как от цены и качества продукции, так и от эффективности реализуемой рекламной компании. В свою очередь, качество молочной продукции определяется содержанием жиров и белков, соответствием ГОСТам, экологической чистотой продукции, отсутствием ГМО и т.д.

Конкурентоспособность предприятия обеспечивается за счет выпуска конкурентоспособной продукции и выступает как преимущество предприятия по отношению к другим компаниям в данной отрасли, выпускающим аналогичные товары. Конкурентоспособность предприятия связана с местоположением реализации продукции: одно предприятие может быть конкурентоспособным на муниципальном и региональном уровнях, и не конкурентоспособным на уровне страны и мировом рынке.

Конкурентоспособность предприятия зависит от множества факторов, являющихся составляющими конкурентоспособности предприятия. Составляющие конкурентоспособности предприятия представлены на рисунке 2.

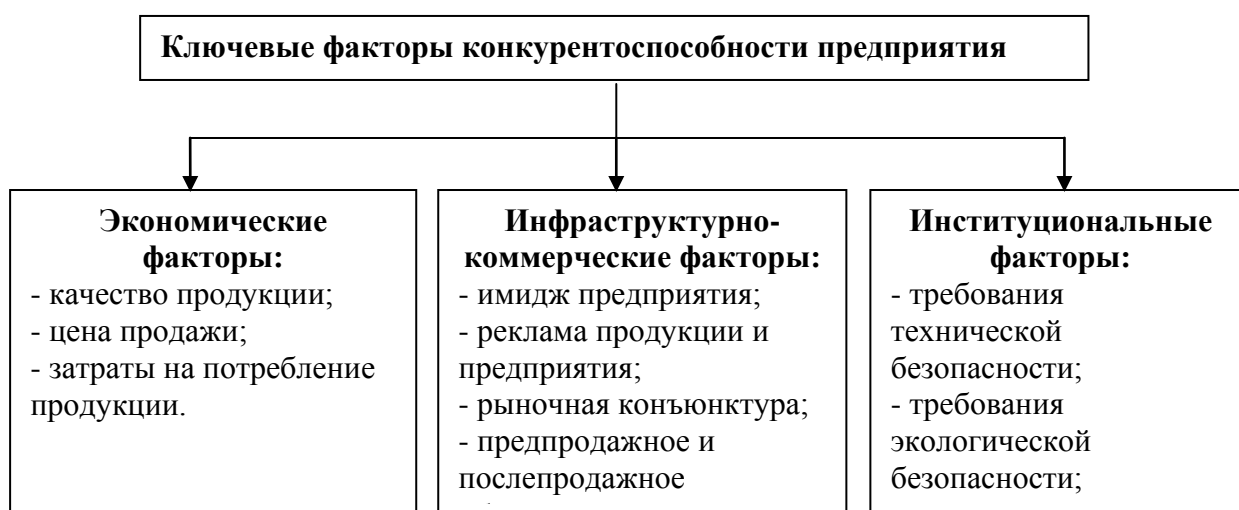


Рис. 2. Составляющие конкурентоспособности предприятия.

Управление конкурентоспособность предприятия направлено на непрерывную разработку и внедрение комплекса мер по совершенствованию выпускаемой продукции и расширению ассортимента, поиску новых каналов сбыта продукции, новых групп потребителей, улучшению рекламы и обслуживания.

При этом различают три основных стратегических подхода к управлению конкурентоспособностью предприятия, выбор которого находится в прямой зависимости как от стратегии развития предприятия:

- стратегия снижения издержек, т.е. стремление обеспечить самые низкие в отрасли издержек производства на единицу продукции;
- стратегия дифференциации, т.е. обеспечение дифференциации производимой продукции от продукции предприятий-конкурентов;
- стратегия захвата ниши, т.е. концентрация на узкой целевой группе потребителей и захват узкой части рынка.

В проблеме обеспечения населения региона продовольствием важная роль отводится молочному комплексу, который рассматривается как совокупность отраслей, занятых производством, переработкой и реализацией молочной продукции.

В состав молочного комплекса входят сельскохозяйственные предприятия и организации: фермерские хозяйства, личные подсобные хозяйства, молочные заводы, мини-заводы сельскохозяйственных предприятий, фермеров и хозяйств населения, предприятия розничной торговли и общественного питания, различные обслуживающие и посреднические предприятия и т.д. при этом, следует отметить что молочное скотоводство является основным

ядром комплекса, объединяющие взаимосвязанные отрасли, участвующие в процессе производства, обмен и реализация конечной молочной продукции.

Основными производителями и поставщиками молока на региональный потребительский рынок являются крупные региональные заводы по переработке молока. Также высока доля личных подсобных хозяйств населения в производстве сырого молока. На региональном рынке молочной продукции конкурируют между собой как региональные предприятия, производящие молочную продукцию, так и предприятия, импортирующие продукцию с других регионов России и ближнего зарубежья.

Конкурентоспособность предприятия молочного комплекса АПК представляет собой способность предприятия обеспечить производство и реализацию продукции по цене и объему, необходимой для захвата и удержания определённой доли территориального рынка молочной продукции. В зависимости от того, к какой сфере молочного комплекса относится предприятие (кормопроизводство, молочное скотоводство, молочная промышленность, производственная или социальная инфраструктура, реализация молока и молочной продукции) отличается набор показателей оценки уровня конкурентоспособности.

Для предприятий молочного комплекса АПК, начинающих формирование конкурентоспособности с достаточно низкого уровня, не приемлемы рекомендации к формированию и повышению конкурентоспособности, представленные в научных работах, так как данные предложения более применимы для стабильно развивающихся предприятий с ликвидным рынком акций. К другим предприятиям необходим избирательный подход с поправкой на критическое состояние самого комплекса.

Пути повышения конкурентоспособности отечественных предприятий определяются факторами российской экономики, которые могут благоприятно либо неблагоприятно влиять на конкурентоспособность. Именно их анализ должен определить основные направления решения проблемы отсутствия эффективных управленческих методик повышения конкурентоспособности российских предприятий, в том числе в сфере АПК.

ЛИТЕРАТУРА

1. Азоев Г.А. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. 208 с.
2. Гельвановский М.И. Повышение конкурентоспособности российской экономики в условиях глобализации: концептуальные и правовые проблемы // Современная конкуренция. 2007. № 1 (1). С. 50-57.
3. Исраилов М.В. Характеристика и оценка конкурентной среды на сельскохозяйственных товарных рынках Чеченской Республики // Вопросы экономики и права. 2013. № 55. С. 111-113.
4. Майоров Е.О. Пути повышения конкурентоспособности производства и реализации молочной продукции (на материалах Курской области): Автореферат диссертации ... канд. экон. наук. Курск, 2004. – 20 с.
5. Портер М.Е. Международная конкуренция. Конкурентные преимущества стран. М.: Альпина Пабли., 2016. 947 с.
6. Фатхутдинов Р.А. Сущность конкурентоспособности // Современная конкуренция. 2009. № 3 (15). С. 99-129.