

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОДУКЦИИ The competitiveness of products

И. П. Чупина, доктор экономических наук, доцент
Уральского государственного аграрного университета
(г. Екатеринбург, ул. К. Либкнехта, д. 42)

Рецензент: А. Л. Пустуев, доктор экономических наук, профессор

Аннотация

Статья содержит результаты исследования конкурентоспособности продукции в аграрном секторе экономики. Рассматривается проблема повышения конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции, выражающая экономические, научно-технические, производственные, организационно-управленческие, маркетинговые и иные возможности не только отдельного предприятия, но и экономики страны.

Ключевые слова: агропромышленный комплекс, конкуренция, продовольственный рынок, экономика.

Summary

The article contains results of research of competitiveness of production in the agricultural sector. The problem of improving the competitiveness of agricultural production discussed, expressing economic, scientific-technical, production, managerial, marketing and other capabilities of not only individual enterprises but also the economy of the country.

Keywords: agriculture, competition, food market, economy.

Агропромышленный комплекс является одним из наиболее крупных и важных секторов экономики. Уровень развития отраслей АПК оказывает решающее влияние на здоровье нации, качество жизни, на социальную обстановку в обществе, продовольственную безопасность страны.

Современное развитие экономики усиливает конкурентную борьбу между предприятиями за завоевание рынков сбыта и требует совершенствования механизмов управления, способствующих достижению поставленных целей с высокой экономической эффективностью.

В связи с этим конкуренция обязывает каждое предприятие уделять все большее внимание проблемам качества, что является одним из основных факторов получения прибыли и обеспечения конкурентоспособности в условиях рыночных отношений.

Как показывает отечественный и зарубежный опыт, проблема повышения конкурентоспособности продукции является объектом целенаправленного стратегического развития любого уровня от индивидуума, хозяйствующего субъекта до отрасли [4].

Переход страны к социально ориентированной рыночной экономике, повлекший за собой сокращение фондовых поставок оборудования, сырья, твердого госзаказа, с одной стороны, и тотальной интервенции всевозможных иностранных товаров, с другой стороны, привел к спаду производства, особенно в АПК со всеми вытекающими экономическими и социальными последствиями. Ситуация обострилась также в связи с моральным и физическим износом имеющихся основных фондов, слабой платежеспособностью традиционных потребителей, исторически сложившейся необходимостью содержания объектов социальной инфра-

структуры. В этих условиях требуется активно решать проблемы эффективности производства, повышения качества конечной продукции сельхозпредприятий и обеспечение высокого уровня конкурентоспособности. В связи с этим актуализируется проблема разработки и реализации методов управления конкурентоспособностью продукции. Обращение к вопросам конкурентоспособности аграрной продукции продиктовано ролью регионов как основных поставщиков на рынок высококачественного безопасного продовольственного продукта. Таким образом, теоретическая и практическая значимость выбранного направления исследования представляется обоснованной [2].

В рыночной системе хозяйствования категория «конкурентоспособность» является одной из ключевых, выражающей экономические, научно-технические, производственные, организационно-управленческие, маркетинговые и иные возможности не только отдельного предприятия, но и экономики страны. Эти возможности реализуются в товарах и услугах, конкурирующих как на внутреннем, так и на внешнем рынке. Но это одна, видимая сторона рассматриваемой категории. За ней скрываются другие, более значимые факторы, включающие систему государственного устройства страны, ее способность обеспечить устойчивое динамическое развитие национальной экономики и связанное с ним благосостояние общества.

Конкурентоспособность товара представляет собой совокупность качественных и стоимостных показателей произведенных изделий, обеспечивающих удовлетворение конкретной потребности покупателя (потребителя). Следовательно, на рынке товаров конкурентным является товар, обладающий комплексом потребительских и стоимостных свойств, которые обеспечивают ему коммерческий успех, позволяют быть прибыльно обмененным на деньги в условиях широкого предложения к обмену других товаров-аналогов. Другими словами, конкурентоспособными являются только новые виды товаров, не имеющие аналогов на рынке. Данное представление о сущности и содержании понятия «конкурентоспособность» применимо к конкретному рыночному товару сельскохозяйственного назначения. Конкурентоспособность фирмы зависит от возможностей конкретного товаропроизводителя производить конкурентоспособный товар, потребительские и качественные характеристики которого в сравнении с товарами-аналогами определяют его рыночный успех как на внутреннем, так и на внешнем рынке. Она определяется рядом факторов, важнейшие из которых – издержки производства, производительность и интенсивность труда которые оказывают влияние на цену и качество изделий. В процессе функционирования товаропроизводители, компании и фирмы, поставлены перед необходимостью обеспечивать их конкурентоспособность, в том числе и международную. К важнейшим факторам фирменной конкурентоспособности следует отнести: рентабельность производства; характер инновационной деятельности; уровень производительности труда; эффективность стратегического развития и управления фирмой или предприятием; способность адаптироваться и быстро реагировать на меняющиеся условия и требования рынка. Применительно к сельскохозяйственному производству можно выделить: отраслевую; внутриотраслевую; межотраслевую конкурентоспособность.

Отраслевая конкурентоспособность определяет положение и специализацию стран на мировой арене, складывающуюся в результате международного разделения труда. Внутриотраслевая конкуренция – это форма соперничества между товаропроизводителями одной и той же отрасли за более выгодные условия производства и сбыта товаров. Межотраслевая конкуренция складывается между производителями разных отраслей.

Конкуренция в сельском хозяйстве в настоящее время представляет собой борьбу за выживание на местных рынках [1].

Анализ текущей ситуации продовольственного рынка свидетельствует о значительной его зависимости от объемов ввозимой импортной продукции. При этих обстоятельствах необходимо создать условия для роста объемов сельскохозяйственного производства и перерабатывающей промышленности, достаточные для обеспечения населения разнообразными продуктами питания в необходимых объемах и ассортименте. Таким условием является формирование конкурентной среды на продовольственном рынке, способной регулировать предложение в зависимости от спроса на качественную и экологически чистую продукцию отрасли.

Учитывая, что в современных условиях мелкотоварное производство определяет уклад аграрного сектора экономики, а товарность продукции этой категории хозяйств набирает темпы, необходимо создавать соответствующую инфраструктуру на селе. Это в первую очередь создание производственно-снабженческих, сельскохозяйственных потребительских кооперативов по заготовке, снабжению и сбыту сельскохозяйственной продукции.

Проблемы со сбытом продукции существенно влияют на объемы ее выработки и на эффективность агропромышленного комплекса. Отсутствие доступной информации о ценах, объемах производства, покупателях и продавцах продукции агропромышленного комплекса также снижает возможность производителя правильно рассчитать свои риски, планировать работу и решать вопросы реализации.

Рынок диктует основные условия конкуренции – это цена, качество и безопасность продуктов питания. В рыночных условиях обеспечить успех в продвижении товара на потребительском рынке возможно при выявлении потребительских предпочтений. Знание потребностей потенциального клиента поможет не только установить конкурентоспособные цены на продукцию, но и внести изменения в сам продукт, оптимизировать каналы товародвижения и рекламную стратегию [3].

Предприятия агропромышленного комплекса, особенно перерабатывающие, в основном оснащены устаревшим оборудованием. Для хозяйствующих субъектов продвижение товара на рынке – это последний этап хозяйственной деятельности предприятия, от успеха которого зависит его финансовая стабильность. Основные производители сельскохозяйственной продукции занимают определенную нишу на продовольственном рынке, которая не позволяет им влиять на формирование цены на свою продукцию ввиду доминирующего положения субъектов рынка, торгующих импортной сельскохозяйственной продукцией.

Развитие торговых сетей можно считать положительным фактором только при условии обеспечения баланса интересов отечественных производителей и торговых организаций. Такого баланса сегодня нет.

Предприятия агропромышленного комплекса смогут обеспечить себе конкурентные преимущества на продовольственном рынке при преодолении следующих факторов, препятствующих развитию конкуренции в отрасли:

- 1) низкие темпы структурно-технологической модернизации отрасли, обновления основных производственных фондов и воспроизводства природно-экологического потенциала;
- 2) неблагоприятные общие условия функционирования сельского хозяйства в связи с опережающим ростом цен, прежде всего на топливо, электроэнергию, промышленную продукцию, услуги связи, по сравнению с ростом цен на сельскохозяйственную продукцию;
- 3) неудовлетворительный уровень развития рыночной инфраструктуры, затрудняющий доступ сельскохозяйственных товаропроизводителей, особенно малых форм хозяйствования, к рынкам финансовых, материально-технических и информационных ресурсов, готовой продукции;

- 4) финансовая неустойчивость отрасли, обусловленная нестабильностью рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия, недостаточным притоком частных инвестиций, слабым развитием страхования при производстве сельскохозяйственной продукции;
- 5) отсутствие экономических условий для альтернативной занятости населения, проживающего в сельской местности;
- 6) низкий уровень развития социальной и инженерной инфраструктуры в сельской местности.

Библиографический список

1. *Клюкач В. А., Миронова И. А., Седова Н. М.* Интерактивная система на продовольственном рынке мегаполиса (теория и практика). Екатеринбург : ИРА УТК, 2010. 372 с.
2. *Коровкин И.* Импортозамещение и рационализация системы заготовок – основа решения проблемы продовольственной безопасности в России // *Международный сельскохозяйственный журнал*. 2010. № 1. С. 37–38.
3. *Мазлов В. З., Присмко А. В.* Оценка возможностей субсидирования ответственных сельхозпроизводителей в условиях членства России в ВТО // *Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий*. 2012. № 7. С. 30–33.
4. *Ушацев И., Серков А., Чекалин В., Тарасов В.* Конкурентоспособность сельскохозяйственной продукции продовольствия России в условиях присоединения к ВТО // *АПК: экономика, управление*. 2012. № 6. С. 3–14.
5. *Полбицын С. Н.* Управление инновационным потенциалом предприятий АПК // *АПК: экономика, управление*. 2005. № 12. С. 57–61.
6. *Семина А.* Как повысить конкурентный потенциал регионального аграрного производства // *АПК: экономика, управление*. 2007. № 11. С. 13–17.
7. *Костяев А. И., Маматказин А. Р., Семина А. Н.* Основы теории аграрного рынка / под ред. А. Н. Семина. 2-е изд., стереотип. Екатеринбург, 1997.