

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кабардино-Балкарский государственный аграрный университет имени В.М.
Кокова»

На правах рукописи

ШОГЕНОВ ТИМУР МУХАМЕДОВИЧ

**ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
ПРЕДПРИЯТИЙ АПК РЕГИОНА НА ОСНОВЕ
ФОРМИРОВАНИЯ ИНТЕГРИРОВАННЫХ СТРУКТУР**

(на материалах Кабардино-Балкарской Республики)

Специальность 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством
(экономика, организация и управление предприятиями, отраслями,
комплексами - АПК и сельское хозяйство)

ДИССЕРТАЦИЯ

на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Научный руководитель -
доктор экономических наук,
профессор
Батов Гумар Хасанович

Нальчик – 2016

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
Глава 1. Теоретические основы формирования аспектов конкурентоспособности в агропромышленном комплексе	10
1.1. Содержание дефиниции «конкурентоспособность» как экономической категории.....	10
1.2. Роль интегрированных структур в системе обеспечения конкурентоспособности предприятий АПК региона.....	36
1.3. Критерии оценки и факторы, обуславливающие конкурентоспособность предприятий АПК региона.....	50
2. Мониторинг и оценка конкурентоспособности предприятий агропромышленного комплекса Кабардино-Балкарской Республики	62
2.1. Анализ производственно-экономического состояния и тенденций развития сельского хозяйства КБР.....	62
2.2. Анализ производственно-экономического состояния пищевой и перерабатывающей промышленности Кабардино-Балкарской Республики...	74
2.3. Комплексная оценка конкурентоспособности пищевой и перерабатывающей промышленности Кабардино-Балкарской Республики...	87
3. Пути повышения конкурентоспособности перерабатывающих предприятий АПК Кабардино-Балкарской Республики	102
3.1. Интегрированные структуры как инструмент повышения конкурентоспособности перерабатывающих предприятий АПК КБР.....	102
3.2. Кластерные формирования как механизм повышения конкурентоспособности предприятий перерабатывающей отрасли региона...	118
3.3. Развитие системы управления конкурентоспособностью перерабатывающих предприятий АПК КБР.....	133
Выводы и предложения	144
Список использованной литературы	147

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. В современных условиях, важными звеньями развития экономики являются те отношения, которые складываются между хозяйствующими субъектами. Доминирующими движущими силами во многих из них являются отношения собственности, конкуренция, спрос и предложение, которые формируют рынок, рыночную среду и рыночные отношения.

Эволюция рыночных отношений неразрывно связана с усилением борьбы товаропроизводителей за ресурсы, позволяющие утвердиться на рынке, расширить масштабы своего производства, получить максимальную прибыль. Накал соперничества и уровень конкуренции перманентно возрастает, субъектам рынка приходится изыскивать различные варианты опережения своих конкурентов, находить способы повышения своей конкурентоспособности.

Рыночная среда предъявляет каждому участнику высокие требования, но не только этим она экзаменует хозяйствующих субъектов с их продукцией или услугами, а тем, что заставляет все время повышать качественные и количественные характеристики конечных результатов своей деятельности. Для того чтобы соответствовать предъявляемым требованиям, правильно ориентироваться и находить верные решения, участникам рынка и хозяйствующим субъектам необходимо знать, в каком состоянии они находятся. Без четкого анализа состояния внешней и внутренней среды хозяйствующего субъекта, какого бы уровня он не был, невозможно повысить свою конкурентоспособность, причем этот процесс должен быть непрерывным и постоянным.

В этом ряду важную роль могут сыграть интеграционные структуры, на основании которых возможно повысить конкурентоспособность субъектов хозяйствования, ускорить вопросы освоения инноваций, обновления

организационно-производственной базы предприятий, привлечения дополнительных финансовых средств в агропромышленное производство, способствовать созданию благоприятного инвестиционного климата во всем аграрном секторе.

Интеграционные действия могут стать одним из способов достижения устойчивого развития всего агропромышленного комплекса, и повышения его конкурентоспособности, тем более в новых условиях (санкции и другие проблемы) интеграционная динамика должна стать важной парадигмой организационного развития хозяйствующих субъектов комплекса. Эти и другие проблемы предопределили актуальность темы исследования.

Степень изученности темы исследования. Вопросам исследования рыночных отношений и конкурентоспособности много внимания уделили зарубежные ученые. К их числу относятся А. Смит, Д. Риккардо, Дж. Кларк, Дж. М. Кейнс, А. Маршал, Дж. Робинсон, М. Портер и др.

Проблемы конкуренции, конкурентоспособности хозяйствующих субъектов и формирования интеграционных структур в различных отраслях экономики находятся в центре внимания Г. Азоева, Н. Александрова, А. Аюшевой, А. Баринаова, А. Бондаренко, Д. Волкова, И. Дуданова, Л. Егоровой, М. Казаковцевой, К. Кудрявцева, Р. Мансурова, И. Пилипенко, А. Поспеловой, О. Радионовой, А. Романовой, С. Светуных, А. Ткач, Л. Ушвицкого, Х. Фасхиева, Р. Фатхутдинова, Г. Яковлева.

Эти вопросы относительно аграрной сферы экономики рассматриваются в работах Л. Алтуховой, М. Балкизова, Б. Басаева, П. Гасиева, Л. Гукежевой, Р. Жеругова, В. Мазлоева, А. Маремукова, Н. Модебадзе, А. Носонова, О. Орешниковой, И. Петрикова, И. Пинкевич, Ю. Поповой, Н. Седовой, Т. Тогузаева, А. Трубилина, А. Серкова, А. Фиапшева, И. Ушачева.

По исследуемой проблеме опубликовано большое количество работ, однако многие из них в большей степени носят общетеоретический характер. Из этого следует, что методические и организационно-экономические аспекты повышения конкурентоспособности предприятий перерабатывающей отрасли АПК

применительно к современным экономическим условиям нуждаются в дальнейших разработках.

Цель и задачи исследования. Целью диссертационного исследования является разработка теоретико-методических основ механизма повышения конкурентоспособности предприятий АПК региона на основе формирования интегрированных структур.

Достижение поставленной цели предопределила решение следующих задач:

- провести анализ теоретических основ формирования конкурентоспособности агропромышленного комплекса;
- обосновать роль интегрированных структур в системе повышения конкурентоспособности предприятий АПК региона;
- предложить методику и критерии оценки конкурентоспособности предприятий АПК региона;
- провести комплексную оценку конкурентоспособности предприятий АПК региона;
- показать роль кластерных формирований в повышении конкурентоспособности перерабатывающих предприятий АПК региона;
- предложить систему оценки управления конкурентоспособностью перерабатывающих предприятий АПК региона.

Соответствие темы диссертационного исследования требованиям Паспорта специальностей ВАК (по экономическим наукам).

Исследование выполнено в соответствии с п. 1.2.38. Эффективность функционирования отраслей и предприятий АПК и п. 1.2.43. Экономические проблемы формирования и функционирования интегрированных структур в АПК и сельском хозяйстве, по специальности 08.00.05. – Экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами – АПК и сельское хозяйство) Паспортов специальностей ВАК (экономические науки).

Объектами диссертационного исследования являются перерабатывающие предприятия АПК Кабардино-Балкарской Республики (КБР).

Предметом исследования выступает совокупность производственно-экономических отношений, отражающих особенности повышения конкурентоспособности перерабатывающих предприятий АПК КБР на основе интегрированных структур.

Теоретическая и эмпирическая база исследования. Теоретической и методологической базой явились фундаментальные исследования современных ученых в области теории конкурентоспособности, работы отечественных и зарубежных исследователей по проблемам повышения конкурентоспособности субъектов экономики на основе интегрированных структур.

Информационно-документальной базой диссертационного исследования послужили законодательные и нормативные акты, регулирующие развитие отраслей агропромышленного комплекса; указы Президента РФ, постановления Правительства РФ и Кабардино-Балкарской Республики, отчеты Министерства экономического развития и Министерства сельского хозяйства КБР, официальные данные Федеральной службы государственной статистики по КБР, данные статистических ежегодников, отчеты предприятий и расчеты автора.

Методы исследования. В диссертационном исследовании применены различные методы экономического исследования: сравнительный и логический анализ, функциональный и системный подход, монографический, расчётно-конструктивный, экономико-статистические и экономико-математические методы, корреляционно-регрессионный анализ.

Научная новизна исследования состоит в разработке способов повышения конкурентоспособности предприятий агропромышленного комплекса региона на основе формирования интегрированных структур.

Наиболее существенные положения, характеризующие научную новизну и являющиеся предметом защиты, заключаются в следующем:

- обоснована авторская трактовка категории «конкурентоспособность», которая характеризуется как комплексный и многофакторный феномен, является относительной величиной и не является имманентным, объективно присущим свойством объекта, она находит свое выражение только в условиях конкуренции;

- обосновано, что экономическое содержание интеграционной структуры состоит в выполнении функции базовой ячейки экономической системы, установлении разносторонних экономических отношений, обеспечивающих протекание внутренних и внешних процессов, реализации имеющегося конкурентного потенциала, повышении конкурентоспособности участников и обеспечении формирования конкурентных преимуществ;

- предложен набор критериальных факторов конкурентоспособности, на основе которых разработана методика оценки уровня конкурентоспособности предприятия, позволяющая определить направления реализации его конкурентных преимуществ;

- предложены различные формы интегрированных структур, участие в которых позволит участникам приобрести конкурентные преимущества, повысить уровень реализации производственно-технологического и трудового потенциала, устранить организационные пробелы в управлении предприятием;

- обосновано, что участие предприятия в деятельности агропромышленного кластера повысит его конкурентоспособность, приведет к формированию экономических процессов, способствующих более эффективному созданию новой стоимости в виде товаров и услуг, использованию ресурсного и инновационного потенциала, полному проявлению синергетического эффекта и повышению на этой основе конкурентоспособности;

- сформулирована и обоснована система управления конкурентоспособностью предприятия, достоинством которой является возможность формирования конкурентных преимуществ во всех аспектах деятельности предприятия. Ее особенностью является допустимость применения на любом отраслевом предприятии с условием определенной адаптации под конкретные технико-экономические характеристики.

Теоретическая значимость исследования. Теоретические аспекты диссертации могут быть использованы при определении приоритетных направлений развития отраслей агропромышленного комплекса, разработки

концептуальных основ реализации конкурентных преимуществ на основе повышения конкурентоспособности участников рынка.

Практическая значимость исследования состоит в том, что содержащиеся в диссертационной работе ключевые позиции и рекомендации могут быть использованы для разработки стратегических планов развития перерабатывающих предприятий АПК регионов Северо-Кавказского федерального округа, совершенствования системы управления в них.

Результаты диссертации могут быть использованы в учебном процессе при чтении курсов по дисциплинам: «Экономика предприятий АПК», «Управление и маркетинг в АПК», «Экономика отраслей АПК», «Стратегический менеджмент в АПК».

Апробация и внедрение результатов исследования. Основные положения и выводы диссертации были представлены автором на различных конференциях, в том числе на всероссийских и региональных конференциях.

Публикации по теме исследования. По теме исследования опубликовано 9 научных работ, общим объемом п.л. 3,59 (в т. ч. доля автора 3,11 п.л.).

Структура диссертации. Диссертационное исследование состоит из введения, трех глав, выводов и предложений, списка использованной литературы.

Во введении обоснованы актуальность темы, сформулированы цель, задачи, определены предмет и объект исследования, раскрыто содержание элементов научной новизны, теоретическая и практическая значимость диссертационного исследования.

В первой главе «Теоретические аспекты конкурентоспособности в агропромышленном комплексе» раскрываются содержание дефиниции «конкурентоспособность», роль интегрированных структур в обеспечении повышения конкурентоспособности предприятия, рассматриваются критерии оценки и факторы, обуславливающие конкурентоспособность предприятий АПК региона.

Во второй главе «Мониторинг и оценка конкурентоспособности предприятий агропромышленного комплекса Кабардино-Балкарской Республики» осуществляется анализ производственно-экономического состояния

и тенденции развития сельского хозяйства, пищевой и перерабатывающей промышленности республики, проводится комплексная оценка конкурентоспособности пищевой и перерабатывающей промышленности предприятий КБР.

В третьей главе «Пути повышения конкурентоспособности перерабатывающих предприятий АПК Кабардино-Балкарской Республики» рассматриваются интеграционные структуры и кластерные формирования как инструменты повышения конкурентоспособности перерабатывающих предприятий АПК КБР, раскрываются научные подходы по управлению конкурентоспособностью перерабатывающих предприятий АПК региона.

В выводах и предложениях сформулированы основные теоретические и практические выводы и результаты исследования.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ И ИНТЕГРИРОВАННЫХ СТРУКТУР В АГРОПРОМЫШЛЕННОМ КОМПЛЕКСЕ

1.1. Содержание дефиниции «конкурентоспособность» как экономической категории

В современных условиях, важными звеньями развития экономики многих стран мира являются те отношения, которые складываются между хозяйствующими субъектами. Доминирующими движущими силами во многих из них являются отношения собственности, конкуренция, спрос и предложение, которые формируют рынок, рыночную среду и рыночные отношения. Рыночная среда характеризуется тем, что создает условия состязательности и конкуренции между участниками рынка.

Конкуренция важнейший элемент рынка, без которого не будет и всей системы рыночных отношений и основанных на них экономических систем. Конкуренцию можно интерпретировать по-разному: как борьбу, соперничество, соревнование, состязание. Многозначность понятия конкуренции не позволяет дать ей универсального определения, тем не менее, она является одним из основных принципов формирования и функционирования рыночной экономики.

Экономика, которая основана на конкурентно-рыночных отношениях, предполагает наличие многообразия форм собственности и различных фирм, предприятий, компаний; экономической свободы для хозяйствующих субъектов; деловой активности предпринимателей, их состязательность в совершенствовании производства, освоении инноваций, внедрении новых технологий и производстве новых товаров и услуг. Конкуренция стимулирует предпринимательскую

деятельность, повышает ее эффективность, способствует преодолению застоя в производстве и становится залогом экономического соревнования производителей.

Важнейшая функция конкуренции состоит в том, что она вместе с другими звеньями рыночных отношений участвует в обеспечении регулирования и развития рыночной экономики и одновременно является одним из главных компонентов в системе ее функционирования. В то же время она становится тем рыночным элементом, который обеспечивает взаимодействие спроса и предложения, уравнивает «рыночные силы» соперничающих сторон, не допускает абсолютного превосходства одних участников рынка над другими, влияет на ценообразования, устанавливает относительное равновесие в отношениях между рыночными агентами, реализовывающими однородные товары. Конкуренция принимает участие в установлении взаимной связи между выпуском продукции и ее продажей. Данная связь является причинно-следственной и отражает возможности создать продукт, необходимый потребителям, и возможности реализовать его с выгодой, прежде всего, для покупателя, а потом уже для продавца.

Конкуренция сложная и многогранная категория рыночной экономики. По своим действиям она представляет собой соревнование между товаропроизводителями за наиболее выгодные сферы приложения капитала, соперничество между ними за более благоприятные условия производства и сбыта товаров, получения на этой основе максимально возможной прибыли. Это механизм автоматического регулирования пропорций общественного производства, который является атрибутом рынка, возникает естественным путем и одновременно служит неперенным условием его существования и развития.

Конкуренция имеет определенную структуру, классифицируется по различным видам. Различают внутриотраслевую, межотраслевую и международную конкуренцию.

Внутриотраслевая конкуренция представляет собой борьбу между товаропроизводителями одной отрасли, производящими, как правило,

однородную продукцию, за более выгодные условия производства и реализации товаров. Функцией внутриотраслевой конкуренции является доведение стоимости единицы товара к рыночной стоимости, которая определяется средними затратами в отрасли. Следствием внутриотраслевой конкуренции является снижение издержек производства, повышение качества продукции, внедрение инновационных технологий.

В рамках внутриотраслевой и других видов конкуренции, по количеству субъектов рынка и степени их конкурентной силы различают: совершенную, монополистическую, монополию и олигополию.

Каждый этап развития общества и экономики вносит свои изменения, которые меняют многие устоявшиеся положения и принципы. Современный этап развития связан с новыми информационными и инновационными технологиями, которые вызывают необходимость в углублении теоретических исследований конкуренции как фундаментального признака и важного элемента современной экономики, от состояния которого зависят тенденции ее дальнейшего роста.

Многие исследователи занимались и занимаются исследованием конкуренции и связанных с ней проблем, но научно-теоретические основы конкуренции были выявлены и обобщены Адамом Смитом. В настоящее время такие изыскания продолжаются, и многие ученые в России и за рубежом уделяют пристальное внимание изучению различных аспектов конкуренции. Результатом проведенной ими работы является формулирование современного понятия конкуренции и разработка мер по ее регулированию.

Развитие рыночных отношений неразрывно связано с ужесточением взаимодействия и борьбой товаропроизводителей за более выгодные условия максимизации прибыли, накал соперничества и уровень конкуренции перманентно возрастает, субъектам рынка приходится изыскивать различные варианты опережения своих конкурентов, повышать свою конкурентоспособность.

Конкурентоспособность является сложной экономической категорией, в ее основе лежит понятие конкуренции. В общем виде и применительно к

экономической сфере под конкурентоспособностью следует понимать обладание признаками, свойствами или какими-то особенностями, наличие которых способствует созданию определенных преимуществ для субъекта экономического соревнования. Носителями отличительных свойств, которые являются обладателями конкурентных преимуществ, могут быть: виды продукции, предприятия, фирмы, компании, организации, образующие отраслевые или интегрированные структуры, отдельные страны или их объединения, которые ведут конкурентную борьбу за лидерство в различных сферах международных экономических отношений.

Конкурентоспособность как экономическая категория изучается специалистами различных отраслей экономики, они же дают различные определения данному понятию.

М. Портер дает такое определение конкурентоспособности – это свойство товара, услуги, субъекта рыночных отношений выступать на рынке наравне с присутствующими там аналогичными товарами, услугами или конкурирующими субъектами рыночных отношений [85].

Р. Фатхутдинов отмечает, что конкурентоспособность следует понимать как способность объекта выдерживать конкуренцию в сравнении с аналогичными объектами на данном рынке, конкурентоспособность или неконкурентоспособность товара или услуги может определяться на конкретном рынке[113].

По мнению А. Барина, конкурентоспособность объектов складывается из конкурентоспособности его элементов и их организованности для достижения цели [10].

П. Завьялов отмечает, что конкурентоспособность – это обусловленное экономическими, социальными, политическими факторами положение товаропроизводителя на внутреннем и внешнем рынках, отражаемое через показатели (индикаторы), адекватно характеризующие такое состояние и его динамику[48].

С. Светульников констатирует, что конкурентоспособность – это свойство объекта, имеющего определенную долю соответствующего рынка, которое характеризует степень соответствия технико-функциональных, экономических, организационных и других характеристик объекта требованиям потребителей, определяет долю рынка, принадлежащую данному объекту, и препятствует перераспределению этого рынка в пользу других объектов [91].

Мы привели только несколько определений, хотя их существует множество, причем в каждом из них есть свое рациональное зерно. В каждой статье, где рассматриваются вопросы или проблемы конкурентоспособности, можно встретить определение, которое дается автором исходя из тематики исследуемого предмета и из своего понимания ее сути. Такое обилие трактовок и различное понимание конкурентоспособности объясняется тем, что она является многосложным понятием, значение которого можно интерпретировать исходя из конкретной временной и экономической ситуации.

По нашему мнению, конкурентоспособность не является имманентным, объективно присущим свойством объекта, она является относительной величиной и находит свое выражение только в условиях конкуренции, и вне конкуренции не существует. В то же время необходимо отметить, что конкурентоспособность не только отражает требования рынка, но, что особенно важно, ориентирует субъекты конкурентной борьбы на активные действия по завоеванию рыночных позиций, их удержанию, укреплению и расширению.

При изучении вопросов, связанных с конкурентоспособностью необходимо различать конкурентоспособность объекта и субъекта. Под конкурентоспособностью объекта, как правило, понимается товар или услуга, которая создается в процессе конкретной деятельности определенного экономического субъекта хозяйствования, который, в свою очередь, осуществляет действия организационного, производственного, управленческого и сбытового характера.

Конкурентоспособность субъекта (имеется в виду товаропроизводитель) характеризуется его способностью конкурировать и побеждать в конкурентной

борьбе, которая становится возможной в результате того, что проявляются его конкурентные отличия, которые дают конкурентные преимущества, наилучшие возможности в сохранении существующих и освоении других сегментов на рынке.

При исследовании категории «конкурентоспособность», обычно ее связывают с категорией «эффективность», причем конкурентоспособность и эффективность истолковывают как одинаковые понятия, но это не так. Под эффективностью, как правило, понимают соотношение затрат к результатам, она показывает насколько продуктивно использованы те ресурсы, которыми располагает субъект.

Конкурентоспособность более широкое понятие, чем эффективность, она (эффективность) является составной частью конкурентоспособности, но при этом конкурентоспособность характеризуется более сложными взаимосвязями, наличием различных инструментов достижения преимуществ в конкурентной борьбе. Эффективность и конкурентоспособность являются относительными величинами, показатели конкурентоспособности определяются относительно других конкурирующих субъектов. Конкурирующий субъект (предприятие, фирма) может быть эффективным и конкурентоспособным на одном рынке и неконкурентоспособным на другом. Конкурентоспособность – это потенциальная возможность субъекта к ведению успешной конкурентной борьбы за счет использования определенных свойств, которые позволяют добиться конкретных преимуществ.

Конкурентоспособность может достигаться различными способами, как за счет улучшения всех операций в цепочке производства и реализации продукции и связанных с ним организационных, управленческих, производственных, финансовых мероприятий, но и путем применения неэкономических методов (лишение источника сырья, кредита, энергоносителей, недружеского поглощения др.), которые позволят блокировать развитие конкурентов. Такие меры порой оказываются эффективнее и дешевле, чем совершенствование технологии,

разработка дорогостоящих программ, обучение персонала и поиск новых рынков сбыта.

Для понимания сущности категории «конкурентоспособность» необходимо выяснить, что или кто является носителем конкурентоспособности. Данная характеристика относится к оценочным показателям, исходя из этого, нужно установить, кто ее будет оценивать и по каким критериям оценивать. Теми, кто будет оценивать, могут выступать покупатели, инвесторы, фирмы и организации, органы государственной власти. В частности, покупатели это делают косвенными способами, путем сравнения цен, оценкой качества товара и репутации производителя и делают это для того, чтобы не ошибиться в выборе товара.

Предметами могут быть товар, предприятие, отрасль, регион, страна. В данном случае главной целью оценки является определение положения на рынке, прогноз развития, качества потребительских свойств, возможность эффективно использовать полученные заемные средства и др. Конкурентоспособность как многогранное понятие может быть изучена и установлена в различных аспектах, которые зависят от решаемых задач и целей планируемых достижений. Ее также можно оценить с использованием различных статистических показателей, на основе экспертных оценок, установлением рангов.

В экономической литературе носителей конкурентоспособности располагают в виде четырехуровневой системы:

- микроуровень представлен товарами, то есть конкретными видами продукции и услуг;
- мезоуровень представляют отдельные предприятия, фирмы, их корпоративные объединения, сюда же входят отрасли и отраслевые комплексы;
- регион и региональные системы;
- макроуровень составляют национальные хозяйства отдельных стран и межстрановые объединения.

Рассмотрим особенности каждого из представленных уровней и начнем с конкурентоспособности товара или продукции. В данном случае

конкурентоспособность товара и конкурентоспособность продукции будем использовать как синонимы.

Конкурентоспособность товара. В иерархии понятий конкурентоспособности базовым является конкурентоспособность товара (продукции). В экономической литературе существует множество определений сущности конкурентоспособности товара, они также разноплановые, как и определения общей конкурентоспособности и, естественно, имеют отраслевую специфику.

Например, А. Трубилин трактует конкурентоспособность товара как комплекс его потребительских и стоимостных характеристик, определяющих успех на рынке [103].

Группа исследователей отмечает, что «под конкурентоспособностью сельскохозяйственной продукции следует понимать систему показателей ее относительной привлекательности на рынке по критериям цены и качества, а в ряде случаев – физической доступности, которые определяют спрос, а следовательно, и объем продаж относительно конкурентов» [105].

В. Фомин считает, что «конкурентоспособность продукции определяют следующие факторы: цена, затраты на эксплуатацию или потребление, предоставляемый сервис, реклама, имидж и авторитет фирмы, соотношение между спросом и предложением». [118]. При этом он считает, что основным мерилем конкурентоспособности товара является доля рынка, которую он занимает.

Анализируя многочисленные работы по данному вопросу можно констатировать, что большинство авторов сходятся на том, что конкурентоспособным является такой товар, который может в течение периода его производства соответствовать качественным требованиям конкретного рынка, быть более привлекательным для покупателя по сравнению с аналогичными товарами, иметь соотношение качества и цены, удовлетворяющее потребителей и обеспечивающее прибыль производителю в результате его реализации.

Важной составляющей конкурентоспособности товара является его качество. Качество товара или продукции - это те свойства, которыми они обладают, при помощи которых способны удовлетворять требуемые потребности при их использовании по назначению.

Нередко конкурентоспособность товара отождествляют с качеством продукции, что является неверным. С позиции качества необходимо сравнивать однородные товары, характеризующиеся одинаковыми признаками. С позиции конкурентоспособности качество является лишь одним из элементов, и помимо качественных характеристик конкурентоспособность товара включает в себя и другие элементы, в частности, потребительские и ценовые параметры.

Конкурентоспособность товара зависит также и от других факторов, в прямой зависимости которых она находится. К таким факторам относятся производительность и интенсивность труда, издержки производства, неценовые факторы.

История развития многих успешных предприятий, известных фирм и компаний показывает, что одним из способов, при помощи которого они добились успеха и в результате чего смогли получить конкурентное преимущество – это низкие издержки производства. Посредством снижения затрат на производство продукции, они получали преимущество в ценовом сегменте, что обеспечивало им превосходство над конкурентами.

Важнейший элемент, который обеспечивает конкурентное преимущество в любом сегменте, начиная от товара, заканчивая страной, является производительность труда. Высокая производительность труда субъекта обеспечивает ему более высокую отдачу от материальных и трудовых ресурсов, что в конечном итоге выражается в конкурентном преимуществе и получении более высокой прибыли.

Наравне с производительностью, важное значение для получения преимуществ относительно конкурентов, имеет интенсивность труда. Она оценивается по индексам интенсивности производства (промышленного и сельскохозяйственного), которые представляют собой обобщенные темпы

среднесуточных объемов выпуска продукции за определенный период времени по сравнению с базовым периодом.

В настоящее время в мировой конкурентоспособности на первый план выходят неценовые факторы, из которых важнейшее значение приобретают качество товара, его новизна, интеллектоемкость (знания, которые вложены в товар) и наукоемкость (затраты на научные исследования и разработки для получения нового товара) изделий. Исходя из этого, большинство стран мира обеспечивают рост своей товарной конкурентоспособности при помощи использования инноваций, разработки высокотехнологичных продуктов, создание которых невозможно без развития научно-технического потенциала.

Необходимо отметить, что приведенными выше факторами не ограничиваются способы повышения конкурентоспособности товара и получение конкурентных преимуществ, таких способов много и они разнообразны. Их использование зависит от специфики самого товара, состояния рынка, числа потребителей, управленческих, организационных особенностей и т.д.

Конкурентоспособность товара важный атрибут, по существу она определяет конкурентоспособность и самого предприятия, его финансово-экономическое состояние и перспективы дальнейшего роста. В современных условиях только те предприятия могут эффективно функционировать и развиваться в рыночной среде, которые могут успешно решить проблемы, связанные с производством конкурентоспособной продукции.

Конкурентоспособность отрасли. Каждая отрасль характеризуется определенной специфичностью, которая ее отличает от других отраслей. Конкурентоспособность отрасли определяется наличием у нее организационных условий, экономических ресурсов и технической базы для производства и сбыта продукции высокого качества, которая соответствует требованиям и потребностям определенных групп потребителей. По мнению М. Портера, например, конкурентоспособность отраслей промышленности должны основываться на двух факторах, к которым относятся технологические и ресурсные.

В агропромышленных отраслях однозначное выделение подобных факторов затруднительно, в силу того, что в процесс производства прямо или опосредованно участвуют природно-биологические составляющие, которые могут быть определяющими при выявлении уровня конкурентоспособности.

При рассмотрении конкурентоспособности отрасли выделяют факторы, которые участвуют в ее формировании. К ним относятся:

- состояние отраслевой структуры;
- наличие развитой отраслевой инфраструктуры;
- наличие предприятий-лидеров, которые могут быть «локомотивами» отрасли;
- развитая система научно-технического, производственного, материально-технического, коммерческого и инновационного сотрудничества внутри отрасли;
- состояние технического уровня продукции, ее экологичность, капиталоемкость и наукоемкость;
- существующие возможности использования экономики знаний, научных заделов, необходимых для самостоятельного освоения продукции и ее воспроизводства;
- имеющийся потенциал для реализации научных разработок в различных отраслях (растениеводство, животноводство);
- уровень импортной зависимости отрасли и степень ее экспортной ориентации;
- состояние отрасли по сравнению с другими отраслями экономики региона или страны;
- участие отрасли в межотраслевом обмене и уровень использования ее продукции в других отраслях экономики.

Факторы, влияющие на конкурентоспособность отраслей, входящих в АПК классифицируются на внешние и внутренние. Внешние факторы, как правило, оказывают существенное влияние на все предприятия отрасли. К ним относятся: общее состояние национальной экономики, уровень развития научно-технического прогресса, политическая ситуация, международные отношения.

Внутренние факторы характеризуют отношения, которые складываются внутри отрасли. К ним относятся: организационная структура предприятий, качество менеджмента и эффективность управления на предприятиях, кадровый потенциал, действие эффекта масштаба, использование инновационных процессов и технологий.

По нашему мнению, конкурентоспособность отрасли - это способность составляющих отрасли (предприятия, фирмы, компании) производить товары и услуги, которые характеризуются высоким качеством, отвечают требованиям мировых и внутренних рынков, создавать институциональную среду, позволяющую обеспечить рост потенциала конкурентоспособности субъектов отрасли.

Для конкурентоспособных отраслей, товары которые они отправляют на рынок, более привлекательны для потребителей по ценовым и качественным характеристикам, чем товары аналогичных зарубежных отраслей-конкурентов, при этом обеспечиваются высокие темпы экономического роста отрасли.

Конкурентоспособность предприятия. Исследование конкурентоспособности предприятий, предлагаемое в экономической литературе разными авторами, позволило прийти к выводу о том, что чаще всего понятие «конкурентоспособность предприятия» сводят к способности предприятия производить конкурентоспособный товар. Однако товар является лишь пассивным компонентом рынка, но на рынке присутствуют и активные компоненты в лице субъектов хозяйствования - предприятия, которые опосредованно являются носителями свойств конкурентоспособности через свою продукцию и услуги. При этом конкурентоспособность таких экономических объектов устанавливаются не только на основе конкурентоспособности товара или услуги, но также с учетом других показателей, определяющих общую эффективность субъекта - предприятия.

Учитывая, что в настоящее время предприятия могут производить различные виды продукции и одновременно работать на различных товарных (отраслевых) рынках в рамках стратегий диверсификации, на каждый данный

момент времени уровень конкурентоспособности предприятия и уровень конкурентоспособности продукции, производимой им, не совпадают. Прежде всего, следует отметить, что в качестве базы для сравнения уровня конкурентоспособности предприятия используются данные по предприятиям-конкурентам, а не по производимым товарам. Вместе с тем при сравнении данного предприятия с предприятиями-конкурентами необходимо учитывать различные категории конкурентов: прямых конкурентов (производящих такую же продукцию); косвенных конкурентов (производящих товары-заменители); потенциальных конкурентов (производящих товары или услуги, позволяющие удовлетворить данную потребность другим способом), которые могут относиться к различным отраслям или сферам деятельности.

Сущность конкурентоспособности предприятия разными авторами трактуется по-разному. По мнению А. Постреловой и С. Маркина, «конкурентоспособность предприятия - это его преимущество по отношению к другим предприятиям данной отрасли внутри страны и за ее пределами» [87]. Они считают, что конкурентоспособность не является определяющим качеством предприятия, она может быть оценена только в рамках других групп предприятий.

Необходимо отметить, что с утверждением А. Постреловой и С. Маркина о том, что «конкурентоспособность не является определяющим качеством предприятия» трудно согласиться. Понятно, что категория «конкурентоспособность» является относительной величиной, но предприятие функционирует в рыночной среде и функционирует успешно, значит, это успех ему обеспечивает комплекс факторов, которые позволяют превосходить своих конкурентов. Как раз этот комплекс факторов и становится той причиной, которая формирует конкурентоспособность предприятия.

При этом А. Романова считает, что «под уровнем конкурентоспособности предприятия следует понимать, относительный показатель, отражающий характеристику его возможностей противостоять конкурентному натиску на конкретных рынках (отдельных сегментах) в определенный период времени [90].

Р. Фатхутдинов утверждает, «конкурентоспособность предприятия - это его способность производить конкурентоспособный товар» [112].

С Р. Фатхутдиновым солидарна Г. Яшаева, которая отмечает, что «под конкурентоспособностью предприятия понимается экономическая категория, которая характеризует способность предприятия производить конкурентоспособную продукцию при лучшем, чем у конкурентов, использовании своего потенциала» [135].

Понятно, что выход на рынок с конкурентоспособным товаром является главной целью предприятия, которое будет осваивать этот рынок и закрепляться на нем. Но на этом деятельность предприятия не заканчивается. В дальнейшем необходимо провести систематическую работу по отслеживанию состояния рынка и рыночной среды с тем, чтобы своевременно и оперативно реагировать на изменения, которые происходят на рынке и в поведении потребителей.

Конкурентоспособность предприятия, будучи многогранным понятием, включает качественные и ценовые параметры, которые необходимо учитывать для формирования конкурентных преимуществ, повышения уровня менеджмента, сложившейся системы управления финансовыми потоками, инвестиционной и инновационной составляющими его деятельности. Кроме того, надо учитывать, что на конкурентоспособность оказывает влияние конъюнктура, складывающаяся на том или ином рынке, степень конкуренции, испытываемая предприятием со стороны других участников рынка, техническая оснащенность, степень внедрения инноваций, мотивация и квалификация персонала, финансовая устойчивость.

Для обеспечения конкурентоспособности предприятие должно обладать определенным набором внутренних факторов, которые обеспечивают ему конкурентные преимущества. К ним можно отнести:

- товар, который является конкурентоспособным;
- финансово-экономическое состояние предприятия;
- эффективно действующая маркетинговая система;
- рентабельность реализационной деятельности;
- репутация и имидж предприятия;

- рациональная организационно-экономическая структура;
- эффективный менеджмент.

На понятие «конкурентоспособность предприятия» оказывает влияние и тот факт, что само предприятие может выступать как:

- товар, имеющий рыночную стоимость на фондовых рынках (курс акций, рыночная стоимость бизнеса);
- товар, имеющий инвестиционную стоимость на рынке капиталов (стоимость инвестиций в существующий бизнес и его диверсификацию).

Таким образом, конкурентоспособность предприятия - это способность и возможность эффективной хозяйственной деятельности и практическая реализация своих преимуществ в условиях конкурентного рынка. Для поддержания конкурентоспособности на высоком уровне необходимо эффективное использование всех компонентов, которые имеются у предприятия, особенно нужно задействовать все маркетинговые средства, которыми оно располагает. Обобщающим показателем жизнестойкости предприятия является его производственная мощь и эффективная реализация конкурентоспособных товаров и услуг, а также умение эффективно использовать свой производственный, научно-технический, трудовой, финансовый потенциал.

На практике встречаются предприятия, которые имеют много сходств по организационной структуре, по технологии, по другим параметрам, но они, как правило, по-разному обеспечены средствами и факторами производства: материально-техническими и финансовыми ресурсами, рабочей силой и специалистами, землей, инвестиционным капиталом. Эти различия в средствах производства и становятся инструментами конкуренции, опорой и стимулом для дальнейшего соревнования. Степень обеспеченности каждого из них набором необходимых средств и ресурсов обуславливает силу их конкурентоспособности и создание конкурентных преимуществ. Особенностью рыночной среды и рыночных отношений является их высокая изменчивость и неустойчивость, что приводит к тому, что факторы, которые обеспечивали предприятию конкурентоспособность, со временем теряют силу. Поэтому считается, что

именно фактор времени является главной движущей силой развития конкуренции, он коренным образом влияет на сущность развития экономических отношений.

Соответствие структуры управления предприятием его производственно-технологическому укладу способствует конкурентной устойчивости и расширению рыночного сегмента, который он использует. Если же имеет место разрыв или несоответствие между организацией управления предприятием и технологическим уровнем производства, то предприятие теряет свою конкурентоспособность. Предприятие будет еще производить продукцию, но она может быть высокочрезмерно затратной, энергоёмкой и ресурсоемкой, что в условиях рыночных отношений может привести к снижению эффективности, ухудшению финансового положения, уменьшению прибыли. В конечном итоге предприятие вынуждено будет покинуть данный рынок. Для выхода из подобного положения потребуются дополнительные средства, которые будут использованы для приобретения новых технологий, изменения структуры управления и производства, подготовки новых кадров. Этот перечень можно продолжить, но они являются необходимыми условиями для поддержания предприятием своей конкурентоспособности.

Конкурентоспособность региона. Сложные трансформационные процессы, которые происходили в обществе и экономике нашей страны привели к атомизации регионов, в связи, с чем особую актуальность приобретают проблемы конкурентоспособности регионов. Нарастание тенденций регионализации в развитии экономики и связанные с ним проблемы требуют четкого определения понятия «конкурентоспособность региона». Особую значимость данное понятие имеет для нашей страны, где наблюдается резкая дифференциация регионов по показателям социально-экономического развития.

В современной экономической литературе понятие «конкурентоспособность региона» сводят к различным структурам и системам, например, представляют как крупную корпорацию или бизнес-систему, которая способна удерживать определенную долю рынка, финансовое благополучие и рост доходов или конкурентоспособность региона рассматривается как

инструмент создания условий для функционирования внешних и внутренних рынков.

А. Селезнева считает, что «под конкурентоспособностью региона следует понимать обусловленное экономическими, социальными, политическими и другими факторами положение региона и его отдельных товаропроизводителей на внутреннем и внешнем рынках, отражаемое через показатели (индикаторы), адекватно характеризующие такое состояние и его динамику» [94].

По мнению Л. Шеховцевой, «конкурентоспособность региона представляет собой продуктивное (производительное) использование региональных ресурсов, и в первую очередь рабочей силы и капитала, по сравнению с другими регионами, которая результируется в величине валового регионального продукта (ВРП) на душу населения, а также в его динамике» [127].

Большинство авторов, изучающих конкурентоспособность региона, в той или иной степени ориентируются на подход к оценке конкурентоспособности, сформулированный М. Портером. По его мнению, развитие конкурентоспособности региона осуществляется по следующим четырем стадиям (уровням): конкуренция на основе факторов производства; конкуренция на основе инвестиций; конкуренция на основе нововведений; конкуренция на основе богатства [84].

Для оценки факторов формирования конкурентной способности региона в целом и возможности воздействия региональных органов власти на ее составляющие целесообразно использовать модель, предложенную М. Портером. Центральное место в концепции М. Портера занимает идея «национального ромба», раскрывающего четыре главных свойства («детерминанты») экономики, формирующих конкурентную среду, в которой функционируют предприятия страны. В состав главных детерминантов входят:

- параметры факторов производства;
- параметры спроса в стране;
- родственные и поддерживающие отрасли («кластеры»);

- стратегия управления предприятий или фирм, их структура и соперничество.

В совокупности эти детерминанты могут создать систему, которая создает благоприятную среду для товаропроизводителей.

Внеся изменения в модель М. Портера, можно ее адаптировать к условиям региона. Направлениями формирования конкурентоспособного региона и элементами «регионального ромба» могут стать:

- природные ресурсы, квалифицированные кадры, капитал, инфраструктура и др.;

- уровень дохода, эластичность спроса, требовательность покупателей к качеству товара и услуг и др.;

- родственные и поддерживающие отрасли;

- стратегии фирм, их структура и соперничество.

В свою очередь каждый из детерминантов анализируется по составляющим, степени их воздействия на конкурентное преимущество региона, а также необходимости их развития.

Определения, сформулированные различными экономистами, позволяют характеризовать конкурентоспособность региона как способность выявлять, создавать и использовать конкурентные преимущества для удержания или улучшения своей позиции на рынках товаров среди соперничающих регионов [26].

По нашему мнению, конкурентоспособность региона следует рассматривать как способность реализовать имеющийся в регионе природный, трудовой, ресурсный и производственный потенциал, производить товары и услуги, отвечающие требованиям внутренних и мировых рынков, наращивать региональные возможности для обеспечения экономического роста и придания конкурентных преимуществ субъектам хозяйствования региона.

Конкурентоспособность страны. В различных исследованиях и экономических статьях принято считать, что конкурентоспособность страны представляет собой совокупность конкурентоспособности ее товаров,

предприятий и фирм. Такое представление является поверхностным, конечно, конкурентоспособность этих элементов экономики страны существенны, но более важное значение имеет та конкурентоспособность, которая формируется на основе национальной социокультурной и исторической базы. Именно это база создает тот фундамент, который становится предпосылкой для формирования структуры национального хозяйства, образа хозяйственного поведения, специализации страны на производстве тех или иных продуктов и услуг.

Наша позиция по определению конкурентоспособности страны состоит в том, что она определяется его человеческим капиталом, состоянием экономики знаний, менталитетом населения, его образовательным и креативным уровнем, состоянием его здоровья, способностью обеспечивать устойчивые темпы экономического роста и качества жизни.

Конкурентоспособность товаров, предприятий, отрасли, региона, страны является фундаментом и базисом, на котором строятся благополучие страны и ее населения. При всем различии носителей конкурентоспособности, они имеют общее сходство, которое заключается в том, что они должны обладать специфическими способностями или определенными качествами, при помощи которых создаются возможности для опережения своих конкурентов. Определяющим фактором, объединяющим эти элементы, является способность обеспечивать превосходства на своем уровне. Такое превосходство создается за счет конкурентных преимуществ.

Конкурентное преимущество важное составляющее в рыночных отношениях, без обладания которым субъект рынка не сможет вести успешную деятельность. По нашему мнению, конкурентное преимущество представляет собой превосходство, которое создает субъект (товар, предприятие, регион, отрасль, страна) для опережения других субъектов в его борьбе за укрепление своих позиций на рынке, достижения планируемого уровня прибыли. Арсенал достижения конкурентных преимуществ различен и многообразен и зависит от состояния рынка и рыночных отношений, которые складываются на рынке.

Конкурентное преимущество означает наличие у экономического субъекта уникальных характеристик, выгодно отличающих его от других аналогичных субъектов на рынке. Конкурентные преимущества могут обеспечить определенные факторы и источники, которые способствуют реализации соответствующего фактора. Фактор представляет собой объект управленческих решений, а источник - следствие их осуществления. Факторами могут выступать методы управления, трудовые ресурсы, финансовые средства, технология, информация, и др. Они обуславливают сильные или слабые стороны субъекта при сравнении их с соответствующими факторами других субъектов для выявления конкурентных преимуществ. При помощи источника или на его основе устанавливается количественное значение величины преимущества. Например, высокая технология может выступать фактором, а источниками, которые создают преимущества за счет использования новой технологии могут быть: рост производительности труда, снижение издержек производства, повышение качества продукции, уменьшение временных затрат на проведения производственных процессов и т.д.

Конкурентное преимущество, как правило, достигается в результате совместного действия ряда факторов, и в практической деятельности важно выяснить, какие факторы могут быть приоритетными, чтобы добиться превосходства над конкурентами. Сделать это часто бывает сложно из-за того, что интенсивность, продолжительность действия факторов бывают непостоянными и зависят как от индивидуальных особенностей субъекта, так и от рыночных условий.

Конкурентные преимущества должны находить реальное воплощение в низких издержках, цене, качестве обслуживания и других показателях деятельности субъекта и восприниматься и быть видимыми для потребителей, они должны быть измеряемы, оцениваться экономическими показателями, например, большим объемом продаж, более высокой рентабельностью, большей рыночной долей и др.

Конкурентные преимущества характеризуются определенными признаками, которые их отличают от признаков конкурентов. Это могут быть значимые факторы, которые заметно выделяются на фоне конкурентов; важный для потребителя признак, который дает ему ощутимую выгоду; устойчивый признак (или признаки), позволяющий сохранить преимущество при изменении среды деятельности; уникальные свойства, которые предоставляют выгоду, которую нельзя получить у других субъектов; высокая доля рынка, большие объемы производства, низкие издержки, которые приносят субъекту высокую прибыль, позволяющая эффективно действовать на рынке.

Состав конкурентных преимуществ, факторы и источники, которые его обеспечивают зависят от того, какой рынок и какие субъекты рассматриваются. В контексте нашего исследования рассмотрим составляющие конкурентного преимущества товара, предприятия, отрасли.

Конкурентные преимущества товара - это те характеристики, свойства товара, которые создают для хозяйствующего субъекта определенное превосходство над своими прямыми конкурентами. Эти признаки или атрибуты могут быть самыми различными и относиться как к базовому признаку товара, так и к вспомогательным услугам, которые дополняют базовый признак, в частности, к формам сбыта или продаж или в целом маркетинговому сопровождению товара. Указанное превосходство является относительным, определяемым по сравнению с конкурентом, занимающим наилучшую позицию на рынке или в сегменте рынка.

Для придания конкурентных преимуществ своему товару хозяйствующий субъект должен выпускать товар, соответствующий определенным требованиям. Наиболее важными критериями, которым товар должен соответствовать являются: полезность, уникальность, защищенность и ценность.

Каждый из этих критериев способен стать базой для формирования определенных преимуществ, в частности полезность товара может быть ориентиром для разработки стратегии, повышающей прибыльность

предпринимательской деятельности или в наибольшей степени удовлетворяющей потребности потребителей.

Конкурентное преимущество, которое создает уникальность товара основано на том, что такой товар не встречается у конкурентов и на рынке нет другого товара, которым его можно было бы заменить.

Защищенность товара, его бренд дает конкурентное преимущество. Но бренд должен быть юридически защищен, он должен быть трудно копируемым. Эти действия необходимы для того, чтобы обеспечить высокую репутацию, долгосрочную стабильность на рынке и продолжительный жизненный цикл товару.

Важным компонентом товара, обеспечивающим его конкурентное преимущество, является ценность. Ценность имеет целевую направленность и ориентирована на определенную группу потребителей, являющихся постоянными покупателями данного товара.

Если суммировать критерии, которым необходимо соответствовать товару, чтобы обеспечить конкурентное преимущество, то, он должен быть: уникален по одному, нескольким свойствам или комбинациям свойств, содержанию уникальных ингредиентов; иметь особую форму, внешний вид, объем, упаковку; пользоваться особым способом доставки или продажи; осуществлять определенные действия, которые выполняются лучше и быстрее, чем у конкурентов; создавать особые условия после продажного обслуживания; обеспечить самую низкую цену в отрасли с более высоким уровнем прибыли. Предложенные критерии по формированию конкурентных преимуществ не являются окончательными, это лишь часто встречающиеся типы, которые могут обеспечить преимущество и для товаров различных отраслей этот перечень можно дополнить. В целом, соответствие товара этим критериям способствует созданию долгосрочных и устойчивых конкурентных преимуществ.

Конкурентные преимущества предприятия определяют его конкурентоспособность. Существует определенная классификация конкурентных преимуществ предприятия, в основе которой лежит теория конкурентных

преимуществ М. Портера, о которой было сказано чуть выше. Он выделил три основных источника, на основе которых формируются конкурентные преимущества предприятия. К ним относятся: издержки, дифференциация и фокус (по Портеру).

Издержки как источник формирования конкурентных преимуществ состоят в экономии на масштабе, на низких затратах при производстве продукции, но не в ущерб качеству, низких затратах на персонал, компьютеризированности и автоматизированности производственного процесса, использовании запатентованной технологии, позволяющей выпускать продукцию с низкими затратами.

При выборе предприятием способа формирования конкурентных преимуществ, оно может выбрать стратегию дифференциации товара. Процесс дифференциации заключается в наделении товара особенными отличительными свойствами, которые важны для определенных групп потребителей. Особенность дифференциации товара заключается в том, что происходит снижение уровня прямой конкуренции, затрудняет сравнение продуктов между собой, позволяет предприятию в определенный промежуток времени (пока конкуренты еще не создали подобный продукт или его заменитель) стать временным монополистом в своем сегменте, устанавливая такую цену за товар, которая покрывает все затраты на его производство и обеспечит требуемую рентабельность продаж. Чем выше дифференциация продукта на отраслевом рынке, тем шире потребительский выбор.

Для достижения конкурентных преимуществ предприятие может выбрать стратегию фокусирования, которое означает сосредоточение всех усилий на одном направлении деятельности. Это может быть захват лидерских позиций в нише, лидерство в издержках, достижение высокой нормы прибыли, расширение ассортимента товара, высокой доли на конкретном рынке и т.д.

Источники конкурентных преимуществ для такой стратегии состоят в удовлетворении потребностей узкой группы потребителей, снижении себестоимости продукции, достижении производства высокого качества товара.

В состав групп факторов, обеспечивающих конкурентное преимущество предприятия входят: технологические, ресурсные, инновационные, глобальные, культурные. Данный состав факторов является неполным и может быть дополнен организационно-структурными, которые в определенном сочетании могут давать синергетический эффект.

Как отмечал Й. Шумпетер, к таким факторам, дающим синергетический эффект можно отнести:

- упрощение производственной системы;
- реструктуризации деятельности компании путем продажи нерентабельных подразделений;
- слияния и поглощения в стратегически перспективных отраслях;
- глобализации хозяйственных операций.

Перечень, предложенный Й. Шумпетером можно дополнить созданием интегрированных структур, которые могут формировать конкурентные преимущества.

Конкурентным преимуществом предприятия может выступать также высокая компетентность, которая проявляется в превосходстве над конкурентами в экономической, технической, технологической, организационной областях деятельности. Элементы, относящиеся к высокой компетентности, подразделяются на две группы. К первой относятся, ресурсы, обеспечивающие предприятию конкурентные преимущества, ко второй человеческий капитал. Особое значение имеют конкурентные преимущества, достигнутые через улучшение человеческого капитала, поскольку он требует сложной и системной организации работ и значительных интеллектуальных усилий, но зато их трудно скопировать и они обеспечивают долгосрочное превосходство.

Основная задача предприятия состоит в том, чтобы быть лучше, чем конкретные конкуренты, выступающие с предприятием на одном рынке. В связи с этим любые результаты деятельности должны сопоставляться с результатами конкурентов. Конкурентное преимущество предприятия не всегда очевидно. На

практике отличия между предприятиями и его конкурентами, которые выбираются для оценки преимуществ или недостатков, могут быть очень субъективными в зависимости от того, чему руководство придает значение - внутрипроизводственным факторам, клиентам или конкурентам.

Для того чтобы какой-либо фактор был не просто конкурентным, а решающим преимуществом, необходимо, чтобы он имел ключевое значение при удовлетворении потребности и одновременно базировался на определенных особенностях предприятия, которые его (предприятие) выделяют из других, ему подобных. Значение имеет также как базовое качество, так и уникальность товара.

Конкурентоспособность предприятия не может быть достигнута в короткий промежуток времени, она достигается при длительной и безупречной работе на рынке. Факторы, определяющие конкурентные преимущества предприятия как сложной, многофункциональной, открытой, иерархической социально-экономической системы, многочисленны и разнообразны по источникам и характеру своего проявления. Так, для аграрных предприятий конкурентные преимущества могут быть связаны с техническим превосходством, товарными и технологическими инновациями, для предприятий, относящиеся к пищевой и перерабатывающей отрасли, важными атрибутами являются узнаваемость торговой марки, низкие издержки, территориальное расположение.

Конкурентные преимущества отрасли. Конкурентоспособность отрасли определяется, также как и для других субъектов, наличием у нее конкурентных преимуществ. Отрасль обладает конкурентным преимуществом в том случае, если определенное свойство, дающее высокий эффект, у нее выражено в большей мере, чем у конкурирующей отрасли, находящейся в другом регионе или в другой стране. Важность конкретного вида конкурентного преимущества для каждой отрасли зависит от силы его влияния на выбор потребителями товаров данной отрасли и получения предприятиями отрасли прибыли.

Конкурентные преимущества отрасли позволяют, во-первых, производить продукцию высокого качества, с издержками не выше среднеотраслевых, удовлетворяющую требованиям конкретных групп покупателей, и, во-вторых, в

зависимости от рыночной ситуации поставлять ее на конкретный мировой рынок в оптимальные сроки.

Существование конкурентных преимуществ у отрасли означает наличие рациональной отраслевой структуры, групп высококонкурентных предприятий-лидеров, подтягивающих другие предприятия отрасли до своего уровня; передовой опытно-конструкторской и прогрессивной производственно-технологической базы; развитой отраслевой инфраструктуры; отработанной системы научно-технического, производственного, материально-технического и коммерческого сотрудничества как внутри отрасли, так и с другими отраслями других регионов и аналогичными отраслями за пределами страны; эффективной системы продвижения товара на рынок.

Исходя из выше изложенного, можно отметить, что на каждом уровне конкуренции необходимо решать определенные задачи, которые связаны с целями, которые преследуются в конкурентной борьбе. Эти цели должны быть увязаны с необходимостью формирования конкурентных преимуществ и могут различаться масштабом и временным горизонтом. Важным обстоятельством является определение средств, при помощи которых возможно достижение поставленных целей конкурирующими субъектами. Арсенал существующих средств можно условно разделить на три группы:

- ресурсные – обладание ресурсами особого качества или количества (природными или приобретенными);
- операционные – характеризующие степень или эффективность использования имеющихся ресурсов;
- программно-стратегические – наличие определенной стратегии развития субъекта-носителя конкурентных преимуществ и качество этой стратегии.

Преимущества, которые получает субъект за счет ресурсных факторов, известны и традиционны. Что касается стратегического планирования и стратегического управления, то они становятся особенно важными в современный период, поскольку сегодня конкурентная борьба фактически превращается в борьбу стратегий практически на всех уровнях, а стратегическая компонента, по

сути, является ведущей характеристикой конкурентоспособности. Хотя эта характеристика и создает определенные трудности, так как она практически не поддается количественному определению и сопоставлению.

В процессе реализации стратегии могут допускаться корректировки программы, но такие, которые не нарушают сути самой стратегии. Отступления от стратегии допустимы только в том случае, если эти отступления способствует появлению новой стратегии, в противном случае такие отступления лишают субъект конкурентной борьбы, стратегического преимущества.

1.2. Роль интегрированных структур в системе обеспечения конкурентоспособности предприятий АПК региона

В современных условиях актуальным становится необходимость перевода всего аграрного сектора на путь устойчивого развития. Такая потребность возникает в связи с тем, что в условиях глобализации и быстро меняющейся ситуации на различных рынках появляются новые задачи, без решения которых ограничиваются имеющиеся возможности развития отраслей агропромышленного комплекса. В этом ряду важная роль отводится интеграционным структурам, на основании которых возможно ускорить вопросы освоения инноваций, обновления организационно-производственной базы предприятий, а также связанных с ней технических и технологических компонентов. В условиях постоянной нехватки финансовых ресурсов, активизация интеграционных процессов позволит привлечь дополнительные финансовые средства в агропромышленное производство, будет способствовать созданию благоприятного инвестиционного климата во всем аграрном секторе.

Обстоятельства, которые складываются в настоящее время в мировой экономике и политике, действия связанные с санкциями по отношению к нашей стране вызывают потребность в изменении стратегии развития отраслей экономики, особенно это касается агропромышленного комплекса в силу его социальной направленности по удовлетворению населения в продуктах питания и различных отраслей промышленности в сырье. В создавшихся условиях, она (стратегия), должна быть направлена на самообеспечение и импортозамещение, хотя эти процессы могут быть более затратными, чем когда страна могла бы эффективно участвовать в международном разделении труда. Преодолению возникших трудностей будет способствовать объединение ресурсов (трудовых, технических, финансовых и др.), которые позволят агропромышленному комплексу и другим отраслям решить вопросы продовольственной безопасности и покинуть зону финансово-экономической и технологической зависимости от других стран.

Со временем агропромышленный комплекс должен стать одним из ключевых элементов развития всей экономики, особенно в регионах, где аграрная специфика является доминирующей, который решает не только вопросы обеспечения населения продовольствием, но становится основой территориально-экономических систем, определяющий приоритеты развития всего региона.

Известно, что агропромышленный комплекс региона является сложной многоуровневой и многоукладной структурой, которая состоит из большого числа взаимосвязанных субъектов и выполняют разнообразные функции. Как и любая сложная экономическая система, агропромышленный комплекс характеризуется тем, что обладает обусловленной структурностью, которая состоит из отдельных элементов, выступающих в определенной взаимосвязи, сохраняя при этом целостность и функциональные свойства, несмотря на воздействие внешних и внутренних факторов. Одним из способов достижения устойчивого развития всего АПК и повышения конкурентоспособности его субъектов является интеграция, и связанные с ней процессы, тем более в новых условиях (санкции и

другие проблемы) интеграционная динамика должна стать важной парадигмой организационного развития всей экономики.

Понятие «интеграция» давно используется в научной литературе. В настоящее время данный термин приобрел многоаспектный характер, его используют в разных областях науки. Но нас интересует проблематика, которая связана с экономическим содержанием интеграции и интеграционных процессов, которые лежат в плоскости создания конкурентных преимуществ и повышения конкурентоспособности.

Многие исследователи дают определение интеграции, в каждом экономическом словаре разъясняется суть данного термина, при этом они не совпадают по содержанию. Но, если обобщить все определения интеграции и подойти к пониманию ее природы с точки зрения общенаучного универсального содержания то, она выражает: во-первых, состояние связанности отдельных дифференцированных частей и функций системы, организма в целом, во-вторых, - это процесс, ведущий к такому состоянию. То есть, в научной тематике по данному вопросу, интеграция воспринимается как системное образование, которому присуще целостность, иерархичность, комплексность. Понятие «интеграция» и понятие «система» неразрывно связаны между собой. Как отмечает И. Киршин, «в основе любой системы лежит интеграция. Интегральная целостность или интегральное единство является характерным признаком системного образования» [52]. Большинство исследователей разделяют точку зрения И. Киршина. Однако необходимо уточнить, что диалектика отношений системы и интеграции являются таковыми, что систему порождает интеграция, которая становится генетическим признаком системы, участвующим в ее зарождении, становлении и развитии. В тоже время «интеграция» становится интеграцией в научном и практическом понимании, после того как она (интеграция) на основе зрелых системных форм выходит на качественно новую ступень развития. Это говорит о том, что к анализу интеграции и интеграционных процессов в методологическом плане необходимо подходить с точки зрения системного метода.

Элемент или единица не могут быть интегрированной структурой, но могут быть составными частями целого и системный метод исследования исходит из того, что отдельные элементы интеграции в процессе установления связи между собой и организации взаимодействия образуют единое целое, которое будет осуществлять определенную деятельность. Отдельный компонент, входящий в состав целого не может выполнять функцию, которую выполняет интегрированная структура. В результате целое становится системой, которая может являться частью или подсистемой другой более крупной системы.

По своему содержанию интеграцию можно понимать трояко: во-первых, как объединение на одном уровне равноправных однопрофильных субъектов, во-вторых, как включение в состав другого объединения, более крупного или более успешного участника, в-третьих, поглощение, как вынужденный шаг, дающий шанс на выживание. В последнем случае не обязательно достигаются выгоды для всех сторон, но для одного участника это необходимость, чтобы остаться в сфере своей деятельности. Во всех случаях интеграция осуществляется для чего-то, а именно с целью получения определенных выгод или достижения обусловленных преимуществ. Получение выгод осуществляется за счет сложения материальных, интеллектуальных и иных средств, каких ни один из участников не смог бы накопить или иметь в достаточном количестве, если бы он функционировал отдельно. Интеграция не просто арифметическая сумма составляющих ее частей или участников, а новая структура или система, которая характеризуется новыми свойствами и новыми признаками. При помощи новых качественных свойств, приобретаемых интеграцией, можно осуществить выполнение иных функций или углубить существующую деятельность. Взаимосвязь и использование различных форм взаимного дополнения экономических факторов позволяют использовать преимущества, которыми обладает каждый из них, что в конечном итоге повышает общую социально-экономическую эффективность.

В экономической литературе для описания того, что система распадается, используют понятия дезинтеграции. Дезинтеграция по своему смыслу означает распад, измельчение, расчленение, разрушение, разложение. Она является

противоположностью интеграции и показывает или информирует об изменениях внутренней связанности интеграционного пространства.

Дезинтеграция может иметь определенные пределы, а затем может наступить этап реинтеграции. Данное понятие используется для того, чтобы показать, что ранее утраченные интеграционные связи восстанавливаются, происходит возвращение прежде существовавших процессов.

Приведенные определения, касающиеся интеграции имеют разное содержание и различаются между собой, но у них есть нечто общее, выражающее и определяющее их внутреннюю сущность, оно заключается в понятии «связь». В результате данного действия, связи, происходит процесс соединения, скрепления, сращивания частей в целое. Исходя из этого, можно заключить, что интеграция – это состояние связанности, когда элементы системы соединены в единое целое, что интеграционный процесс – это совокупность последовательных действий, направленных на достижение связанности той или иной степени между экономическими субъектами для установления отношений экономической зависимости и (или) контроля.

Если иметь в виду производственный аспект в агропромышленном комплексе, то процесс интеграции начинается с установления взаимосвязи между отдельными обособленными хозяйствующими субъектами. Эти взаимосвязи в дальнейшем должны трансформироваться в многосторонние отношения между участниками интеграции. Характер тех связей, которые устанавливаются между компонентами, становится определяющим условием формирования интеграции. Когда речь идет о хозяйствующих субъектах в АПК то, взаимосвязь между ними предполагает их обособленное, но не раздельное существование. На начальном этапе становления интеграции взаимосвязи между обособленными хозяйствующими субъектами могут разрываться и вновь возобновляться, что диктуется естественными условиями смены времен года, однако именно в этих связях и заключен «зародыш» интеграции. В процессе дальнейшего развития эти связи и взаимосвязи будут углубляться, что приведет к расширению тех

отношений, которые существуют, переводя их на более высокую ступень партнерства.

Интеграция как многоплановое явление имеет разное содержание и в зависимости от той сферы, где она используется, может интерпретироваться по-разному. Нас же в большей степени интересует экономическое содержание интеграции. Существуют понятия «экономическая интеграция» и «экономическое содержание интеграции». Экономическая интеграция понимается как объединение хозяйствующих субъектов, развитие, углубление и расширение производственно-технологических связей, совместное использование ресурсов, объединение капиталов. Данный термин чаще используют при исследовании региональных или страновых экономических систем, когда имеет место взаимодействие двух и более стран по международному разделению труда.

По нашему мнению, под экономическим содержанием интеграции следует понимать механизм, состоящий из совокупности методов, инструментов и способов управления, который создает благоприятные условия участникам для осуществления совместной хозяйственной деятельности и способствует снятию взаимных барьеров.

Исходным пунктом и главным звеном в исследовании экономического содержания интеграции в АПК, конечно же, является хозяйствующий субъект (предприятие), который выполняет функции базовой ячейки экономической системы. Особенность хозяйствующего субъекта заключается в том, что внутри себя может организовывать функционирование экономических процессов, за счет которого создается новая стоимость в виде товара или услуги, но это с одной стороны. С другой стороны, он устанавливает многообразные экономические отношения, которые обеспечивают протекание внутренних и внешних процессов. Взаимосвязи, которые устанавливаются между хозяйствующими субъектами, становятся носителями интеграции, то есть по своей природе она (интеграция) результат взаимодействия хозяйствующих субъектов. Для определения сути интеграции необходимо определить, кто или что является инициатором или

организатором взаимодействующих сторон и, что, самое важное, что лежит в основе этого взаимодействия, какие цели преследуются участниками.

В экономическом аспекте, главной целью взаимодействующих сторон, является достижение оптимальных результатов через согласование интересов партнеров и осуществление такого управления, при котором каждый участник может получить определенную выгоду или конкурентное преимущество. Важным условием эффективного сосуществования участников является недопущение ситуации, когда одни участники достигают значительного выигрыша, за счет проигрыша других.

В зависимости от тех целей, которые преследуются участниками интеграционного процесса, могут быть выделены сущностные признаки интеграции. К ним можно отнести высокую степень сотрудничества, в результате чего достигается согласованность в осуществлении воспроизводственных процессов, увеличение уровня интегрированности, который сопровождается ростом размеров концентрации, в некоторых случаях диверсификацией и налаживанием новых, более разнообразных и менее жестких связей. Может иметь место увеличение числа связей между уже взаимодействующими хозяйствующими субъектами.

Как уже отмечено, какой бы формы и размеров не была интеграция, в ее основе лежит системность и ей присущи черты, характеризующие систему. При этом интеграция выполняет различные организационные и экономические функции.

К организационным функциям интеграции в АПК можно отнести:

- средство при помощи, которого согласовываются и объединяются усилия для решения задач, представляющих общий интерес участников;

-инструмент оптимизации организационной структуры интегрирующихся предприятий;

-способ устранения дублирующих функций и удаления неэффективного менеджмента;

- способ и средство разрешения возможных противоречий между партнерами по интеграции;

- средство налаживания и осуществления долгосрочных отношений между разнопрофильными предприятиями;

К экономическим последствиям интеграции в АПК можно отнести:

- получение синергетического эффекта;

- углубление диверсификации и концентрации производства товаров и услуг;

- возрастание производственного, финансового, ресурсного, кадрового потенциала объединяющихся предприятий;

- становление инструментом концентрации финансового капитала в руках единого собственника;

- становление стимулятором научно - технического прогресса и способом реализации инновационного потенциала;

- выполнение роли механизма повышения эффективности деятельности каждого участника - предприятия;

- ускорение движения капитала, открытие новых рынков.

В целом можно констатировать, что интегрированная структура в АПК позволяет аккумулировать совместные ресурсы, как финансовые, так материальные и человеческие в процессе функционирования объединяющихся предприятий и при правильной организации их деятельности достигается синергетический эффект, что позволяет значительно снижать транзакционные издержки и максимизировать конечные результаты.

В процессе развития производственно-экономических отношений в агропромышленном комплексе между участниками деятельности в различных отраслях АПК могут быть использованы и другие формы, кроме интеграции, в частности кооперация. Во многих научных публикациях сущность понятий «интеграция» и «кооперация» преподносятся как термины, имеющие схожие или одинаковое значение. На наш взгляд, такое понимание вызвано тем, что этими терминами обозначают объединительные процессы. Термины «интеграция» и

«кооперация» используются в схожих значениях при объяснении различных понятий, например, слияние, соединение, консолидация. Они в принципе подразумевают объединение или установление связи. Но по форме реализации своего предназначения интеграция и кооперация различаются.

Кооперация представляет собой объединение, которое создается в агропромышленном производстве для коллективного применения и эксплуатации общего имущества по производству продукции и совместного использования результатов трудовой деятельности. Кооперативные отношения могут быть основаны на индивидуальных, коллективных, отраслевых, территориальных и межгосударственных принципах. Основным условием, по которому создается кооперативное объединение в АПК, является добровольность вхождения в кооперативную структуру. Участники и члены кооперации принимают участие в ее работе только на условиях добровольности. Надо отметить, что кооперативные объединения могут быстро создаваться, они также быстро распадаются. Характер взаимосвязи и взаимоотношений, которые возникают внутри кооперации, в большинстве случаев не приводят к возникновению устойчивых связей, они преимущественно носят временный характер и создаются для решения определенных тактических задач.

Интеграция в АПК тоже представляет собой форму объединения и установления связей, но в отличие от кооперации она (интеграция) направлена на создание единого экономического блока, который характеризуется установлением устойчивых связей между партнерами. Интеграционные структуры в агропромышленном комплексе, как правило, создаются для решения крупных социально-экономических задач. Способы создания таких структур могут быть разными, в том числе захват и недружественное слияние. В целом характерной особенностью интеграции в АПК, ее отличительной чертой является установление жестких, устойчивых и долговременных связей. Интеграционные структуры, в отличие от кооперативных форм, действуют на постоянной основе и остаются долговременными.

Интеграционные процессы могут иметь разную направленность, выполнять разные функции. В экономической литературе встречаются несколько видов, типов или форм интеграции: горизонтальная, вертикальная, конгломератная. Каждая из перечисленных форм имеет свои недостатки и достоинства, могут проявить свое преимущество в тех или иных условиях.

Кратко охарактеризуем каждую из представленных форм. Горизонтальная интеграция представляет собой систему организационно-экономических взаимоотношений, которые устанавливаются между предприятиями одной отрасли, производящими однородную продукцию. В интегрированных структурах горизонтального вида наблюдается высокая концентрация однотипного производства. Обладая большим охватом производства и возможностями гибкого ценообразования, такие структуры имеют возможности для совершенствования научно-технологического состояния производства, экономить на условно-постоянных расходах и осуществить экономию на масштабах производства.

Горизонтальный тип интеграции наиболее четко проявляется как экстенсивная форма ведения производства. В тоже время такие структуры недостаточно гибки и поворотливы, слабо приспосабливаются к изменениям внешней среды, консервативны в организационном плане.

Вертикальная интеграция представляет собой объединение, в котором задействованы различные субъекты, участвующие в производстве продукции, при этом взаимосвязи могут проявляться на разных технологических стадиях. Она характеризуется другими параметрами, чем горизонтальная.

По мнению О. Родионовой, «под вертикальной интеграцией следует понимать процесс изменений форм концентрации и централизации производства, приводящей к организационно-экономической связанности последовательных стадий продвижения продукции на основе регламентирующих норм и правил» [89].

Особенность вертикальной интеграции заключается в том, что взаимосвязи могут устанавливаться между технологическими процессами, которые принадлежат или присущи разным предприятиям.

Главным достоинством вертикальной интеграции является возможность обеспечения координации взаимодополняющих высокоспециализированных технологических цепочек, позволяющих производить конкурентоспособную продукцию. Установление подобных связей может происходить на различных стадиях производственного процесса. В процессе вертикальной интеграции может осуществляться межотраслевое кооперирование и комбинирование хозяйствующих субъектов и производств различных отраслей, которые могут обеспечивать и обеспечивают оптимальное прохождение товарной массы в едином технологическом процессе из одной производственной сферы в другую.

Другим достоинством вертикальной интеграции является установление межотраслевых связей между предприятиями сельского хозяйства и промышленности, технологическое объединение в едином процессе производство сельскохозяйственной продукции и ее переработку. В ходе такого взаимодействия ликвидируются посреднические звенья, происходит ускорение движения товаров и продуктов труда, снижаются издержки производства.

По нашему мнению, вертикальную интеграцию можно рассматривать в качестве важнейшего направления развития АПК исследуемого региона. В результате вертикальной интеграции создаются возможности для формирования интегрированных структур, которые представляют собой объединения хозяйствующих субъектов, принадлежащих разным отраслям, выполняющие разные стадии технологической цепочки, конечным результатом которого является единый продукт или группа продуктов. Вертикальные интегрированные структуры могут создаваться в различных формах, которые включают в себя более одной стадии производства.

Здесь необходимо внести определенную ясность относительно понятия «интегрированная структура». Под интегрированной структурой нами понимается объединение хозяйствующих субъектов, полностью или частично соединивших материальные и нематериальные активы с целью повышения своей конкурентоспособности и создания конкурентных преимуществ на основе системы эффективного управления.

Важнейшими мотивами создания вертикально интегрированных структур в агропромышленном комплексе являются необходимость снижения тех рисков, которые связаны с сельскохозяйственным производством, по возможности сглаживания сезонных процессов производства, сокращения различных видов издержек, развитие производственного кредитования, вместо сезонного, возможности более быстрого внедрения в производства инновационных технологий, новых видов семян и пород животных.

В целом развитие вертикальной интеграции в АПК следует рассматривать как положительный фактор, позволяющий привлечь значительные объемы инвестиций в сельское хозяйство, перерабатывающую и пищевую промышленность и способствующий развитию сельских территории.

Наиболее значимым недостатком вертикальной интеграции является высокая, а порой и вынужденная территориальная рассредоточенность хозяйствующих субъектов, участвующих в интегрированной структуре. Она также сопряжена с дополнительными издержками, главными из которых, по нашему мнению, являются: издержки управления; дополнительные транзакционные; прямые и косвенные издержки в связи со слиянием и поглощением.

Кроме двух типов интеграции, в экономической литературе встречается также конгломератная или диагональная интеграция, которая представляет собой комбинацию двух видов, представленных чуть выше.

Конгломератную интеграцию чаще всего используют при осуществлении диверсификации, для гибкого реагирования на конъюнктуру спроса на рынке, хотя и отличается сложной системой учета и отчетности.

Редко, но встречается и такое понятие как регрессивная интеграция, которая означает обратный процесс, то есть происходит реинтеграция, распад, отделение или разделение участников.

Формирование интегрированных структур является объективным процессом и проявляется в любой экономической системе. Важной задачей

интеграции в аграрной сфере является создание замкнутой, законченной системы по производству, переработке и реализации продукции.

Аграрные предприятия, как правило, вступают в интегрированные структуры для того, чтобы в какой-то степени снизить зависимость от природно-климатических условий, уменьшить риски, связанные с возможностями потери продукции, противостоять стихийности рынка сельхозтоваров, участвовать в ценообразовании наравне с другими участниками, приобрести конкурентное преимущество, повысить конкурентоспособность своей продукции и своего предприятия.

Для предприятий переработки слабым звеном и главной проблемой является обеспечение стабильной поставки сырья. Перерабатывающие и обслуживающие предприятия, вступают в интеграцию для решения этого вопроса, но не только этого. Они стремятся обеспечить себе высокие доходы за счет лучшего использования сырья, повышения качества продукции, снижения всех видов затрат и удешевления товаров, расширения масштабов деятельности и завоевания новых рынков реализации товаров. Как отмечает Н. Седова, основной целью участия агропромышленных предприятий в интегрированных системах является приобретение преимуществ различного рода [93].

Надо отметить, что в настоящее время потенциальные возможности интеграции не всегда находят практическое воплощение в деятельности предприятий агропромышленного комплекса. Основные причины связаны с недоработками, которые встречаются при формировании положений по функционированию различных типов интегрированных структур, ошибки, которые допускаются при выборе схем распределения участников по видам деятельности и организационно - правовым формам, неправильный выбор способов технико-технологического и производственно-экономического управления и методов ведения финансово-экономической деятельности.

Интеграционная деятельность в АПК не является самоцелью, а выступает в качестве инструмента долгосрочного прогрессивного инновационного развития социально-экономических систем. Интегрированная структура в комплексе

обеспечивает устойчивость и надежность функционирования социально-экономических систем, способствует повышению конкурентоспособности в условиях изменения внутренней и внешней среды. В определенных областях в процессе создания интегрированных структур создается качественно новое формирование на основе принципа синергизма, когда гармоничное сочетание двух или нескольких взаимодействующих объектов (элементов), придает новое качество. По нашему мнению, именно интегрированные структуры в аграрном производстве способны не только обеспечить расширенное воспроизводство и наполнение внутреннего рынка качественной продукцией, но и повысить ее конкурентоспособность, которая соответствовала бы уровню требований мирового рынка. Создание интегрированного формирования должно преследовать достижение такого результата, при котором создается возможность получения конкурентных преимуществ по различным направлениям деятельности.

Мы считаем, что конкурентоспособность и интеграция в агропромышленном комплексе могут обеспечить реализацию взаимосвязанных процессов. Если конкурентоспособность - это способность конкурировать, побеждать в конкурентной борьбе, то интеграция - это способ создания конкурентных преимуществ для удержания своих позиций на данном рынке или их расширения.

При интеграции преследуется цель получения положительных эффектов, которые должны способствовать повышению уровня конкурентоспособности. Влияние интеграции на конкурентоспособность может выражаться в росте доли рынка, реализации сравнительных преимуществ, снижении издержек производства за счет экономии на масштабах производства, улучшении экономических показателей деятельности предприятий и отраслей, углублении разделения труда, создании новых рабочих мест, устранении посредников между предприятиями-участниками, во внедрении более эффективной системы управления.

1.3. Критерии оценки и факторы, обуславливающие конкурентоспособность предприятий АПК

Конкурентоспособность является важным рыночным атрибутом и характеризуется многоаспектностью и наличием многомерных свойств. Она определяет возможности субъекта рынка выдерживать соперничество со стороны других участников или игроков рынка. Кроме того, она обладает определенными признаками и свойствами, позволяющими реально или потенциально удовлетворять потребности лучше, чем аналогичные субъекты со схожими товарами.

Рыночная среда предъявляет каждому участнику высокие требования, но не только этим она экзаменует хозяйствующие субъекты с их продукцией или услугами, а тем, что заставляет все время повышать качественные и количественные характеристики, следить за состоянием своей репутации. Для того чтобы соответствовать предъявляемым требованиям, правильно ориентироваться и находить верные решения, участникам рынка и хозяйствующим субъектам необходимо знать, в каком положении они сами находятся. Без четкого анализа состояния внешней и внутренней среды хозяйствующего субъекта, какого бы уровня он не был, не сможет повысить свою конкурентоспособность, причем этот процесс должен быть постоянным и непрерывным. Исходя из этого, участники рынка должны проводить систематическую оценку своей конкурентоспособности и конкурентоспособности своего окружения.

Оценка конкурентоспособности хозяйствующих субъектов (предприятий, фирм, компаний, страны) представляет собой сложный процесс, потому что в формировании конкурентоспособности принимают участие множество разнообразных факторов и ресурсов. Данный процесс затрудняется тем, что отсутствуют нормативные документы, позволяющие проводить

сопоставительную оценку конкурентоспособности различных объектов, имеется в виду микро и мезоуровень. Да и в России ничего не делается на государственном уровне, кроме разговоров, для комплексного решения вопросов, связанных с повышением конкурентоспособности на различных уровнях.

Методологически с решением проблемы повышения конкурентоспособности хозяйствующего субъекта связана оценка его уровня конкурентоспособности. Понятие «уровень конкурентоспособности» часто используется в экономической литературе. Дело в том, что любой из субъектов оценки конкурентоспособности должен знать, а без этого он проиграет, какой из участников в наибольшей степени преобладает над другими и почему? Ответить на вопрос возможно путем качественной и количественной оценки факторов, обуславливающих конкурентное превосходство. На основе сравнительной оценки можно сделать вывод об уровне конкурентоспособности того или иного субъекта. Таким образом, уровень конкурентоспособности показывает степень превосходства одного субъекта над другим и имеет количественную оценку. Здесь же нужно отметить, что многие авторы, применяя понятие "конкурентоспособность» сознательно или подсознательно имеют в виду именно перевес или преобладание одного участника рынка над другим. Имеется в виду, что категория "уровень конкурентоспособности" показывает наличие конкуренции, которая детерминирует факт существования конкурентов. По отношению к ним и определяется степень превосходства.

В экономической литературе рассматриваются различные подходы по оценке конкурентоспособности на разных уровнях, которые воплощены в методические разработки. Целью нашего исследования является оценка конкурентоспособности предприятий аграрной сферы и, поэтому более подробно остановимся на ее особенностях.

Выбор метода оценки конкурентоспособности для предприятий аграрной сферы является важным элементом в их борьбе за завоевание сегментов или ниш рынка. Поэтому достоверность анализа и функциональная полнота являются ключевыми для предприятия в принятии решений по определению своего

положения на рынке, объективной количественной и качественной оценки, формировании и управлении конкурентными преимуществами, реализации конкурентного потенциала. Немаловажное значение имеет фактор времени и различные (трудовые, материальные, технические и др.) средства, которые могут быть затрачены на проведение оценки состояния и места предприятия в рыночной среде. Исходя из этого понятно, что выбор методики оценивания, учитывающей особенности отрасли, раскрывающей ее сущность, обосновывающей целесообразность и возможность оценки быстро и качественно, с минимальными затратами и ошибками, является важным этапом процесса оценки.

Необходимо отметить, что в настоящее время не разработана общепринятая универсальная методика оценки конкурентоспособности предприятия, но российские и зарубежные ученые уделяют пристальное внимание теоретическим и методологическим основам, которые могли бы послужить основой для оценки конкурентоспособности предприятия.

Для предприятий агропромышленного комплекса, являющихся участниками рыночных отношений и игроками на рыночном поле, важно установить в каком состоянии находятся конкуренты, какими сильными и слабыми сторонами они располагают. Не менее важной является и информация о самом предприятии, о его месте на рынке, сильных и слабых позициях, на которые необходимо обратить пристальное внимание, чтобы опередить конкурентов. Для решения этих задач необходимо вооружить предприятие определенным методом, при помощи которого можно было бы определить его уровень конкурентоспособности с высокой степенью достоверности и минимальными затратами средств и труда. Имея в виду данное положение, Д. Волков отмечает, что «все существующие в практике экономики и управления методы оценки конкурентоспособности различных объектов можно классифицировать по двум основным критериям: по степени объективности (субъективности) результатов оценки, а также по подходу к оценке - качественная или количественная» [31].

В экономической литературе рассматриваются различные методы, они адаптированы к предприятиям различных отраслей, в том числе и

агропромышленного комплекса. Рассмотрим некоторые из существующих методов.

Дифференциальный метод. Метод оценки уровня конкурентоспособности АПК состоит в сопоставлении единичных параметров анализируемого предприятия с эталонными или аналоговыми параметрами высокоэффективного (базового) предприятия. Выбор показателей или параметров зависит от цели оценки и задач, которые предстоит решить. Данный метод характеризуется простотой и доступностью, с его помощью можно установить, в каком соотношении находятся основные показатели анализируемого предприятия по сравнению с передовыми или зарубежными предприятиями. Недостатком метода является единичный характер оценки, малочисленность показателей, кроме того, выбранные для базы предприятия могут быть неконкурентоспособными на других территориях или в других регионах.

Комплексный метод. Метод основан на использовании смешанных, групповых, интегральных показателей. Оценка уровня конкурентоспособности предприятия АПК осуществляется также путем сравнения с базовым или эталонным субъектом (предприятием). При использовании данного метода определяется комплексный или обобщающий показатель, который выполняет функций оценочного индикатора. Достоинством метода является возможность однозначной интерпретации результатов. Но однозначная оценка состояния аграрного предприятия может привести к неполной характеристике всей его деятельности, что очевидно приведет к принятию неправильных решений.

Аналитико-прогностические методы. Аналитико-прогностические методы характеризуются тем, что позволяют учитывать различные факторы внешней среды и одновременно произвести комплексный анализ конъюнктуры рынка, технологии и продукции. Они включают в себя также использование метода оценки предприятия на основе уровня продаж, доли рынка и др.

Графические методы. Графические методы, к которым относятся метод круговых диаграмм, метод гистограмм, многоугольник конкурентоспособности и другие, позволяют изобразительно показать то положение, которое занимает

предприятие при соотнесении его с конкурентами [21]. Недостатком этих методов является отсутствие количественной характеристики, что ограничивает возможность их применения.

Кроме приведенных методов существуют и специализированные методы, к ним относятся аналитические методы. В состав таких методов входят те, которые позволяют дать оценку конкурентоспособности предприятия при помощи интегрального показателя. Они основаны на использовании рыночной доли, рейтинговой оценки, оценке на основе потребительской стоимости, оценке использования ресурсов. Все эти методы дают определенный результат и имеют право на существование.

Представленная классификация методов по оценке конкурентоспособности позволяет предприятиям, имеющимся в виду менеджменту, сделать выбор между этими методами с учетом той информации, которой они располагают. Среда, в которой функционируют предприятия, является сложной и конкурентной и поэтому для ее оценки использование только одного метода не всегда целесообразно. Для получения более верной и непредвзятой оценки нужно комбинировать существующие методы. Сочетание элементов аналитических и графических методов, да и других, с учетом достоинств и недостатков каждого из них, позволит выявить и показать реальное место предприятия в конкурентном пространстве.

Анализ большинства методик показывает, что они основаны на выявлении индикаторов, определяющих конкурентоспособность предприятия (хозяйствующего субъекта). При этом основное внимание уделяется использованию как можно большего количества различных показателей. Однако, только количественные показатели не могут быть определяющими, ибо в зависимости от положения на рынке, где функционирует данное предприятие, одни показатели могут быть доминирующими на данный момент, а на другом рынке, определяющими могут быть другие показатели. Большой перечень показателей, как бы обширен он не был, все равно не будет исчерпывающим, а если показателей будет незначительное число то, и основанная на небольшом

количестве оценка конкурентоспособности предприятия будет неполной. Все это подтверждает то, что процесс определения методики оценки конкурентоспособности предприятия является сложным, но важным.

Как отмечает Д. Воронов, «ставя во главу угла исчерпывающий перечень факторов конкурентоспособности, исследователи попадают в тупик, поскольку такой перечень невозможен в принципе» [33].

На наш взгляд, при подборе системы показателей оценки конкурентоспособности предприятия, основное внимание надо уделить выявлению и установлению устойчивых связей, которые обеспечивают, а в дальнейшем могут послужить источником формирования конкурентных преимуществ. Ранее отмечалось, что высокий уровень конкурентоспособности предприятия является необходимым элементом, обеспечивающим успех. Это связано с тем, что оно функционирует в рыночной среде, которая все время находится в различных стадиях турбулентности и поэтому факторы, определяющие конкурентоспособность на разных стадиях, будут разными.

По мнению Г. Праховой, изучение современных тенденций развития факторов конкурентоспособности показывает, что ключевыми характеристиками предприятий-лидеров, обеспечивающих им конкурентные преимущества, являются следующие: наличие собственной рыночной ниши; контроль и поддержание высокого качества; инновации; партнерство; быстрота действий, мобильность к изменяющейся конъюнктуре рынка; квалификация персонала; международная деятельность; малая величина предприятий [88].

Если согласиться с мнением Г. Праховой, то оценку конкурентоспособности предприятия можно проводить на основе многофакторных показателей и определить ее состояние возможно опираясь на сравнение с предприятиями-лидерами по определенным критериям, которые и характеризуют параметры факторов. Из этого следует, что определить приоритетные параметры для оценки конкурентоспособности предприятия возможно при помощи набора критериев.

Учитывая сказанное, необходимо выявить, что подразумевается под понятием «критерий конкурентоспособности» и чем, он отличается от понятия «фактор конкурентоспособности».

Критерий конкурентоспособности предприятия можно определить как признак или совокупность признаков, при помощи которых дается количественная и (или) качественная характеристика и служащий основанием для оценки его конкурентоспособности.

В зависимости от количества параметров, которые учитываются при оценке конкурентоспособности предприятия, используются единичные и комплексные критерии.

Единичный критерий служит для простой оценки конкурентоспособности предприятия, для этого, как правило, используется один показатель, характеризующий один критерий.

Комплексный критерий состоит из совокупности признаков, при помощи которых оценивается конкурентоспособность предприятия. Разновидностями являются групповой и обобщенный критерий. Групповой критерий является комплексным показателем, он включает в себя группу признаков, которые определяют конкурентоспособность предприятия с разных позиций.

Обобщенный критерий выполняет функций комплексного критерия, но отличие заключается в том, что на основе обобщенных критериев принимаются решения по результатам оценки конкурентоспособности предприятия. Например, уровень конкурентоспособности предприятия или его рейтинг.

Нужно отметить, что в процессе оценки конкурентоспособности предприятия некоторые критерии могут выступать в роли единичных или групповых критериев, поэтому понятия единичного и группового критериев несколько условны, и в разных условиях их нужно рассматривать с разных позиций.

С учетом вышеизложенного и анализа экономической литературы, где рассматриваются различные методы оценки конкурентоспособности предприятий АПК, часть которых здесь представлены, приходим к выводу, что для разработки

метода оценки конкурентоспособности предприятий агропромышленного комплекса можно опираться на теорию эффективной конкуренции.

Согласно этой теории, наиболее конкурентоспособными являются те предприятия, где наилучшим образом организована работа всех подразделений и служб. На эффективность деятельности каждой из служб оказывает влияние множество факторов – ресурсов предприятия.

Основу данной теории составляют критерии, определяющие характер конкуренции на рынке и эффективной считается только такая конкуренция, которая основана на снижении издержек производства и повышении качества продукции за счет эффективного использования технических, организационных и управленческих ресурсов. А сами критерии основаны на исследованиях взаимозависимости между рыночной структурой, поведением предприятия на рынке и функционированием рынка.

Суть предлагаемого метода заключается в том, что деятельность предприятия, его подразделений и служб оцениваются по эффективности использования ресурсов, в конкурентных условиях, которым он располагает. При этом показатели, характеризующие эффективность использования ресурсов подразделениями разбиваются на группы. Например, в группу, характеризующих эффективность производственного процесса могут входить: рациональность эксплуатации основных фондов, экономичность производственных затрат, формы и способы организации труда на производстве.

В другую могут входить показатели, отражающие эффективность управления оборотными средствами, в третью – показатели, позволяющие получить представление об эффективности управления сбытом и продвижением товара, в четвертую – показатели конкурентоспособности товара: качество товара и его цена, в пятую – показатели, характеризующие управленческую деятельность. По каждой группе показателей можно определить интегральный показатель.

Для определения групп показателей по оценке конкурентоспособности предприятий АПК за основу была взята группировка, предложенная

И. Метелевым [70]. Он включает в свою группировку четыре групповых показателя. Мы же, исходя из специфики и состояния исследуемой сферы, дополняем этот список еще тремя группировками. В итоге получается семь групповых показателей, при помощи которых оценивается конкурентоспособность предприятия.

а) Эффективность производственной деятельности предприятия:

1. Издержки производства на единицу продукции, руб.;
2. Прибыль, тыс. руб.
3. Рентабельность товара, %;
4. Производительность труда, руб/чел.;

При помощи представленной группы критериев или показателей оценивается эффективность затрат при выпуске продукции, характеризуется эффективность использования основных фондов, прибыль и уровень прибыльности предприятия, определяется эффективность организации производства и использования рабочей силы.

б) Состояние финансовой сферы предприятия:

1. Коэффициент автономии;
2. Коэффициент платежеспособности;
3. Коэффициент абсолютной ликвидности;
4. Коэффициент оборачиваемости оборотных средств;

Финансовое положение предприятия характеризуется перечнем критериев, которые устанавливают независимость предприятия от заемных источников, способность предприятия выполнять свои финансовые обязательства и избежать банкротства, отражает качественный состав средств, являющихся источником покрытия текущих обязательств, определяет эффективность использования оборотных средств.

в) Эффективность организации сбыта и продвижения товара или услуги (эффективность маркетинговой деятельности):

1. Рентабельность продаж, %;
2. Коэффициент затоваренности готовой продукции;

3. Коэффициент загрузки производственной мощности;
4. Коэффициент эффективности рекламы и средств стимулирования сбыта.

Для организации эффективного продвижения товара на рынок и завоевания новых сегментов на нем, каждое предприятие, хозяйствующий субъект должны располагать маркетинговой службой. Успешность деятельности маркетинговой службы характеризуется уровнем прибыльности работы предприятия, верностью и правильностью установления цен на товары, состоянием затоваренности готовой продукцией, структурой деловой активности предприятия и результативностью работы службы сбыта, экономической отдачей от использования рекламы и средств стимулирования сбыта.

г) Соотношение цены и качества (конкурентоспособность продукции):

1. Качество товара;
2. Цена товара.

Важным атрибутом рыночных отношений являются соотношения, которые устанавливаются между ценой и качеством. Качество товара характеризует его способность удовлетворять потребности в соответствии с его назначением, оно должно по каким-то параметрам превосходить аналоги конкурентов. Цена - важнейший индикатор, по которому потребители оценивают товар, она характеризует доступность или недоступность товара. К факторам, обеспечивающим конкурентоспособность продукции в ее содержательной части относятся: качество, товарный знак, цена, упаковка, реклама, а также маркетинговая деятельность.

Предложенная И. Метелевым группировка показателей по оценке конкурентоспособности предприятий дополняется следующими группировками:

- а) Состояние материально-технической базы:
 1. Средняя стоимость основных фондов, тыс. руб.;
 2. Фондоотдача, руб.;
 3. Коэффициент износа основных фондов, %;
 4. Фондовооруженность, руб.

Материально-техническая база, представляет собой совокупность оборудования, транспортных средств, площадей, и иных вещественных ресурсов. Наличие этих элементов является необходимым условием функционирования предприятия. Они также нужны для организации производственного процесса, эффективность которого зависит от состояния этой базы, на которую, в свою очередь, влияют множество факторов.

б) Инновационно-инвестиционный потенциал:

1. Доля нематериальных активов в общей стоимости активов;
2. Доля расходов на НИОКР;
3. Доля стоимости новых видов продукции в общем объеме выпуска;
4. Доля капитальных вложений в основные средства в среднегодовой стоимости основных производственных фондов;
5. Прибыль капитала, полученная с каждого рубля чистых инвестиций;
6. Рентабельность инвестиций;

Рыночные условия предъявляют высокие требования к качеству товара. Улучшить качественные параметры не только товара, но и всего предприятия возможно только за счет использования инновации во всех сферах деятельности предприятия. Результативность использования инноваций определяется величиной нематериальных активов в общей стоимости активов, размерами расходов на научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки, величиной новых видов продукции в общем объеме выпуска.

Важным критерием конкурентоспособности предприятия является его возможность по организации инвестиционного процесса. Состояние инвестиционного капитала предприятия определяется по объему капитальных вложений, направляемых на пополнение основных средств, эффективность вложений устанавливается выгодой, получаемой с каждого рубля инвестиций.

в) Эффективность управленческой деятельности:

1. Степень достижения поставленной цели;
2. Степень улучшения положения предприятия во внешней среде;
3. Доля продукции предприятия на рынке.

Эффективность управленческой деятельности характеризуется, прежде всего, достижением запланированных показателей, и что самое главное, поставленных стратегических целей. Результаты деятельности могут быть оценены по различным показателям.

Предлагаемый метод оценки конкурентоспособности предприятия охватывает все наиболее важные показатели хозяйственной деятельности агропромышленного предприятия, исключает дублирование отдельных показателей, позволяет быстро и объективно получить картину положения предприятия на отраслевом рынке.

Подчеркиваем, что особенность этого метода заключается в том, что можно варьировать группами показателей, такая вариация зависит от того, что анализируется, какая отрасль, какой рынок, какое предприятие или группа предприятий и какой отрасли.

На основании данного анализа определяется потенциал предприятия по повышению своей конкурентоспособности и возможности создания конкурентных преимуществ. Наиболее конкурентоспособными являются те предприятия, где наилучшим образом организована такая работа [58].

В ходе анализа используются различные способы, в том числе анкетирования с привлечением экспертов, которые могут всестороннее оценить различные стороны деятельности предприятия. Преимуществом метода является учет всех ресурсов и возможностей, которые предприятие может использовать для создания или формирования конкурентных преимуществ, которые позволят ему (предприятию) оставаться конкурентоспособным или повысить ее уровень.

ГЛАВА 2. МОНИТОРИНГ И ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА КАБАРДИНО-БАЛКАРСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

2.1. Анализ производственного состояния и тенденций развития сельского хозяйства КБР

Сельское хозяйство Кабардино-Балкарской Республики (КБР) является ведущей отраслью экономики республики. Республика располагает благоприятными природно-климатическими условиями для возделывания зерновых, овощных, масличных культур, картофеля и плодов, а также выращивания сельскохозяйственных животных, производства мясной и молочной продукции.

В состав земельных ресурсов отрасли входят 462,4 тыс. га сельскохозяйственных угодий, из них в настоящее время используется 423,8 тыс. га. При общей площади пашни сельскохозяйственного назначения 303,6 тыс. га - обрабатывается 273,9 тыс. га.

Сельское хозяйство вносит существенный вклад в производство валового регионального продукта, является поставщиком сырья для пищевой и перерабатывающей промышленности, источником налоговых поступлений республиканского и муниципальных бюджетов.

Отрасль представлена сельскохозяйственными организациями, крестьянскими (фермерскими) хозяйствами, хозяйствами населения и индивидуальными предпринимателями. В совокупности перечисленные товаропроизводители формируют многоукладный тип производства в сельском хозяйстве. В сельскохозяйственном производстве республики заняты более

66 тыс. чел.

О результатах производства основных видов продукции сельского хозяйства можно судить по таблицам 1 и 2.

Таблица 1. Производство основных видов растениеводческой продукции во всех категориях хозяйств КБР, тыс. тонн

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2015 к, %	
							2013	2014
Зерновые (в весе после доработки)	645,1	739,9	817,5	1077,8	938,2	947,5	87,9	101,0
Подсолнечник	44,2	45,6	32,9	36,3	35,4	25,0	68,8	70,6
Картофель	226,1	238,8	237,5	221,7	225,4	234,2	105,6	103,9
Овощи	338,6	346,2	346,3	343,2	347,7	406,8	118,5	117,0
Плоды и ягоды	82,1	84,4	93,4	106,7	119,0	125,2	117,3	105,2

Источник: Кабардино-Балкария в цифрах, 2016

Как показывает таблица 1, в 2015 году произошло некоторое увеличение объемов производства зерновых по сравнению с предыдущим годом. После рекордных сборов зерновых культур, особенно кукурузы, валовой сбор составил 947,5 тыс. тонн, что меньше 2013 года на 130,3 тыс. тонн. Несмотря на некоторый спад, организации, которые специализировались на возделывании озимой пшеницы и фуражного зерна смогли укрепить свое финансовое положение. По другим культурам удалось сохранить объемы производства предыдущего года, при некотором превышении по овощам и картофелю. Создается впечатление, что по подсолнечнику, овощам и картофелю республика достигла устойчивых объемов производства на уровне 36-36,5 тыс. тонн подсолнечника, 345-347 тыс. тонн овощей и 225-226 тыс. тонн картофеля. Что касается плодов и ягод то, здесь наблюдается выраженная тенденция роста, и, имея в виду планы республики по дальнейшему увеличению площадей возделывания садов по интенсивной технологии, то спада в производстве не предполагается. Стабильность в производстве сельскохозяйственных культур является четким сигналом для

переработки по формированию стратегии своего развития с учетом того, что сырьевая база также может стать более стабильной.

Как известно, важнейшим показателем эффективности отрасли растениеводства является урожайность сельскохозяйственных культур. О ее состоянии можно судить по таблице 2.

Таблица 2. Урожайность основных сельскохозяйственных культур (все категории хозяйств КБР), ц/га

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2015	
							2013	2014
							±,-	±,-
Зерновые культуры (в весе после доработки)	37,4	40,6	42,5	52,0	46,3	45,8	-6,2	-0,5
Подсолнечник	14,4	16,1	14,6	16,3	17,5	15,1	-1,2	-1,9
Картофель	161	169	169	169	172	169	0	-3
Овощные культуры	177	176	181	188	193	189	+1	-4
Плоды	101,2	102,3	109,5	118,1	127,0	123,7	+5,6	-3,3

Источник: Кабардино-Балкария в цифрах, 2016

Данные таблицы 2 показывают, что в 2015 году относительно предыдущих лет происходило снижение урожайности основных сельскохозяйственных культур. Снижение урожайности зерновых произошло не только из-за погодных условий и не соблюдения правильных севооборотов, но и за счет изменения структуры зерновых. Если в 2014 году под кукурузу были отведены 55-58% посевов зерновых, то в 2015 году площади посева кукурузы были снижены на 10-15% в пользу кормовых и плодовых культур. В целом необходимо отметить, что субъекты сельскохозяйственного производства республики показывают высокую среднюю урожайность по сравнению с другими регионами с подобной сельскохозяйственной специализацией. Но если сравнить с Краснодарским краем то, они более низкие, хотя имеются потенциальные возможности для ее повышения. Основной причиной невысокой урожайности сельскохозяйственных культур, кроме всего прочего, является несоблюдение правильных севооборотов.

Вместе с тем необходимо отметить, что в растениеводческой отрасли наблюдаются определенные колебания в реализации выращенной продукции, товаропроизводители испытывают большие трудности со сбытом, логистикой и хранением. Решение этих проблем позволит и в дальнейшем увеличить объемы производства продукции.

Отмечая положительные тенденции в производстве растениеводческих культур необходимо отметить, что имеются и негативные моменты, которые связаны со структурой посевных площадей. Надо признать, что существующая в настоящее время структура не является оптимальной. При некотором постоянстве полей возделывания под овощные, подсолнечник и картофель, непрерывно возрастают площади под зерновые и плодовые насаждения. В последнем случае под них отводятся и площади пашни, к тому же зерновые уже составляют более 70% от всей пашни. Все эти «мероприятия» осуществляется за счет сокращения площадей, которые ранее отводились под кормовые культуры.

Важной проблемой, требующей своего разрешения, является формирование оптимальной структуры посевных площадей. В современных условиях, когда многие товаропроизводители используют землю на правах частной собственности или аренды, которую можно не юридически, а фактически приравнять к частной собственности, соблюдение научно обоснованных севооборотов будет связано с определенными трудностями. Но без такого подхода защитить почву от деградации и сохранить почвенное плодородие является проблематичным. Мы не ставим целью нашего исследования решение данной проблемы, хотим просто ее обозначить, потому что, на наш взгляд, она скоро возникнет.

Животноводство является важной составляющей сельского хозяйства республики, которое вносит более 40% в производство валовой продукции. Этому способствуют природно-климатические и территориальные условия, наличие трудовых ресурсов и площадей естественных пастбищ и сенокосов, национальные традиции скотоводства.

Современное состояние отрасли необходимо оценивать с учетом тех реформ, которые были проведены в агропромышленном комплексе в целом.

Преобразования, которые произошли в животноводстве, привели к резким негативным последствиям. Они ощущаются и сейчас. Судя по публикациям по данной тематике, такое положение было повсеместным. О результатах и ущербе, нанесенном отраслям животноводства в ходе реформ, проведено много исследований, мы не будем к этому возвращаться и что-то добавлять, просто отметим, что в каждом регионе-субъекте они характеризовались своими особенностями.

В настоящее время в животноводстве идет трудный восстановительный процесс, закладываются основы для устойчивого и поступательного развития. О состоянии производства основных продуктов животноводства в современных условиях можно судить по таблице 3.

Таблица 3. Производство основных видов животноводческой продукции во всех категориях хозяйств КБР, тыс. тонн

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2015 к, %	
							2013	2014
Скот и птица (в убойном весе)	47,1	55,0	56,9	57,9	66,5	70,8	122,2	106,4
Молоко	369,7	405,9	444,5	451,4	461,6	469,6	104,0	101,7
Яйца куриные, млн. штук	168,1	174,9	176,8	182,1	182,6	189,1	103,8	103,5
Шерсть	931	989	1045	1096	1064	1073	97,9	100,8

Источник: Кабардино-Балкария в цифрах, 2016

Данные таблицы 3 свидетельствуют о том, что происходит рост производства всех видов животноводческой продукции, относительно 2013 и 2014 годов. Так в 2015 году производство мяса увеличилось на 22,2% и 6,4%, молока – 4,0% и 1,7%, яйца куриные - 3,8% и 3,5%, шерсти - 2,1% и 0,2%.

Положительная динамика производства животноводческой продукции происходила за счет интенсификации производственных процессов в отрасли, что привело к увеличению продуктивности скота и птицы.

За исследуемый период увеличились надои молока на одну корову. В 2015 году они составили 3465 кг, что больше уровня 2014 года на 30 кг. Выросла также

продукция выращивания крупного рогатого скота и свиней, которые увеличились по сравнению с 2014 годом на 6,4% (таблица 4).

Таблица 4. Продуктивность скота и птицы в сельскохозяйственных организациях Кабардино-Балкарской Республики

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2015 к, %	
							2013	2014
хозяйства всех категорий								
Надой молока на одну корову, кг	3424	3497	3502	3418	3435	3465	101,3	100,8
Средняя годовая яйценоскость кур-несушек, шт.	217	263	207	205	200	292	142,4	146,0
Средний годовой настриг шерсти с одной овцы (в физическом весе), кг	3,0	2,9	2,7	2,6	2,8	2,8	107,6	100,0
Продукция выращивания (приплод, привес, прирост) скота в расчете на одну голову, кг								
крупного рогатого скота	127	125	120	109	125	133	122,0	106,4
свиней	168	144	124	125	184	210	168,0	114,1

Источник: Кабардино-Балкария в цифрах, 2016

При общем росте производства яиц, яйценоскость увеличилась и в 2015 году составила 292 штуки.

Известно, что мясная и молочная отрасли являются трудоемкими и затратными, тем не менее, за последние годы прослеживается тенденция качественного и количественного роста показателей производства в этих подкомплексах.

Увеличение производства скота и птицы способствовало повышению уровня потребления мяса и мясопродуктов на душу населения, за счет внутреннего производства, оно составило 48 кг. В структуре потребления мяса и мясопродуктов преобладает мясо птицы, на втором месте находится говядина и

на третьем баранина. Достигнутый уровень потребления мяса и мясопродуктов пока не соответствуют рациональным и медицинским нормам, составляя 65% и 60% от необходимых индикаторов, но наметилась четкая тенденция увеличения потребления мясных продуктов.

Важную роль в обеспечении роста производства мяса сыграл, вовремя принятый, национальный проект "Развитие агропромышленного комплекса", кроме того, реализация Государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2008 - 2012 годы, также содействовала увеличению объемов животноводческой продукции.

Финансово-экономическая поддержка, которая была осуществлена государством, способствовала увеличению производства не только мяса и мясопродуктов, но и молочной подотрасли в целом. В молочном скотоводстве проводились, да и сейчас проводятся технологическая модернизация отрасли с использованием скота с высоким генетическим потенциалом продуктивности, принимаются комплексные решения, связанные с полноценным кормлением, обслуживание животных «передается» компьютеризированным механизмам и специалистам высокой квалификации. Надо отметить, что данная работа находится на начальной стадии и в республике только несколько «островков», где эта деятельность осуществляется устойчиво и стабильно.

Для дальнейшего наращивания объемов производства молочной продукции необходимо изменить существующую ситуацию с воспроизводством стада и сохранностью молодняка, низкие темпы которых не обеспечивают качественный отбор молодняка, что ведет к снижению удельного веса коров в структуре стада.

Не способствует росту производства молока диспаритет цен и материально-технические затраты на его производство, наличествующая система цен не позволяет возместить те издержки, которые несут производители молока.

Кроме того, свою лепту в этот «процесс» вносят переработка и торговля, которые возмещают свои затраты через ценовой механизм, перекладывая

издержки на основных производителей. Казалось бы, решение лежит на поверхности и связано с повышением закупочных и реализационных цен. Но надо иметь в виду, что молоко социальный продукт и повышение его цены сразу, же отразится на определенной категории населения, оно станет недоступным для малообеспеченных семей, пенсионеров и детей. Здесь свою роль должно сыграть государство, которое на основе комплекса системных мер сможет обеспечить рентабельное функционирование молочной отрасли.

Рынок молочной продукции зависит от товарности производимого молока. В высокой товарности заинтересованы все участники рынка, потому что продукт становится доступным каждому из них – перерабатывающей промышленности в виде сырья, торговле – набором и ассортиментом молочных продуктов, населению – как продукт питания.

В республике уровень товарности молока остается на низком уровне, и составляет 65-70 %. Производством молока занимаются все категории хозяйств, и если сельскохозяйственные организации и крестьянские (фермерские) хозяйства сами перерабатывают, или реализовывают молоко, и то не на том уровне, на каком хотелось бы, то в хозяйствах населения используют произведенную продукцию в основном для самообеспечения.

Нужно отметить, что для решения проблем товарности молока имеются потенциальные возможности, но для этого необходимо наладить закупку молока у населения. О том, что это надо сделать известно всем, и органам власти всех уровней, и переработчикам, и агробизнесменам, и самим производителям молока. Но вопрос не решается, прежнюю структуру потребкооперации государство не может или не хочет восстанавливать, а новую, никто не предлагает.

Уровень товарности молока можно было бы повысить и счет замены сложившейся на данном этапе формы хозяйствования, которая ориентирована на относительно ограниченные размеры производства. Малые размеры не позволяют применять механизированную технику. Это приводит к тому, что используется в основном ручной труд. Данный фактор становится основным

препятствием для привлечения кадров, и по этой причине в республике ощущается дефицит кадров, как дояров, скотников, так и специалистов животноводства. Казалось бы, в условиях трудоизбыточности развитие молочного скотоводства может стать социальным фактором, способствующим круглогодичной занятости определенной части трудоспособного населения. Однако по названным и другим причинам, этого не происходит.

Слабым звеном в молочном животноводстве республики является состояние его племенной базы. Отсутствие высокопродуктивных репродукторов с высокими кондициями также становится ограничителем в повышении объемов производства продукции и ее товарности.

Для увеличения производства животноводческой продукции требуется снизить уровень падежа и заболевания животных, что потребует выполнения значительного объема профилактических и ликвидационных ветеринарных мероприятий.

В условиях многоукладности производства основных видов сельскохозяйственной продукции, она рассредоточивается по отдельным категориям хозяйств или секторам. Каждый сектор характеризуется динамикой своего развития и вносит определенный вклад в производство валовой продукции сельского хозяйства.

В настоящее время основной объем производства сельскохозяйственной продукции приходится на хозяйства населения и крестьянские (фермерские) хозяйства. Их доля в общем объеме составляет 78-80%. В республике функционирует около 1400 крестьянских (фермерских) хозяйств, которые обрабатывают или используют в качестве сенокосов и пастбищ 159,3 тыс. га сельскохозяйственных угодий. По сравнению с 2005 годом, в 2014 году количество земель, закрепленных за данной категорией хозяйства, увеличилось на 53,4% или на 55,5 тыс. га. В крестьянских (фермерских) хозяйствах происходит увеличение объемов производства зерна и животноводческой продукции, растет продуктивность скота и урожайность сельскохозяйственных культур.

Производство продукции в хозяйствах населения еще находится на высоком уровне, но наблюдается четкая тенденция снижения его темпов, медленно, но уверенно основные рычаги переходят к сельскохозяйственным организациям и крестьянским (фермерским) хозяйствам. Исследователи, которые занимаются проблематикой развития хозяйств населения, отмечают, что в современных условиях ведения сельского хозяйства, данная форма достигла пика своего развития в рамках существующих технологий, и дальнейший рост может быть связан с принятием ими участия в интеграционных или кластерных формированиях.

Относительно стабильными остаются объемы производства сельскохозяйственной продукции в сельскохозяйственных организациях. Крупные сельскохозяйственные предприятия имеют потенциал для роста, который связан с тем, что они могут использовать достижения науки и техники, эффективно применять химические средства защиты растений и удобрения, располагая большими площадями производительно эксплуатировать технику, соблюдать правильные севообороты. Крупные сельскохозяйственные формирования, как правило, более устойчивы к кризисным явлениям.

Если рассмотреть динамику производства сельскохозяйственной продукции по категориям хозяйств республики за последние десять лет, то можно заметить, что происходит перераспределение «взноса» каждым участником в общий объем валовой продукции. Так, в 2005 году производство продукции по категориям хозяйств распределялось следующим образом: доля сельскохозяйственных организаций составляла 12%, хозяйства населения производили 69%, вклад крестьянских (фермерских) хозяйств составлял 19%.

В настоящее время наблюдается определенная стабильность в производстве сельскохозяйственной продукции и, как показывает таблица 5, за последние три года вклад каждой формы хозяйствования оставался на одном уровне, составляя для сельскохозяйственных организации 22%, хозяйств населения – 46%, крестьянских (фермерских) хозяйств - 32%

Таблица 5. Производство сельскохозяйственной продукции по категориям хозяйств КБР, млн. рублей

2012	%	2013	%	2014	%	2015	%
Хозяйства всех категорий							
30286,1	100,0	32698,7	100,0	34330,2	100,0	38653,6	100,0
Сельскохозяйственные организации							
6475,4	21,4	7197,3	22,0	7885,1	22,0	9461,0	24,5
Хозяйства населения							
14282,1	47,1	14888,0	46,0	15460,3	45,5	16411,4	42,5
Крестьянские (фермерские) хозяйства							
9528,6	31,5	10613,4	32,0	10984,8	32,5	12781,2	33,0

Источник: Кабардино-Балкария в цифрах, 2016

В целом можно отметить, что в сельскохозяйственном производстве отмечается общая положительная динамика, но, несмотря на это, в отраслях сохраняется ряд ключевых проблем, к которым относятся:

- низкая технологичность производства во всех категориях хозяйств и низкий уровень конкурентоспособности хозяйствующих субъектов;
- недостаточность и ограниченность предоставляемых кредитных ресурсов, низкий уровень инвестиционного потенциала хозяйствующих субъектов;
- низкие объемы промышленной переработки сельскохозяйственной продукции, которая является следствием отсутствия устойчивых системных связей между производством и переработкой;
- низкий квалификационный уровень работников и специалистов, общее снижение кадрового потенциала;

- низкий уровень межрегиональных и межотраслевых связей, отсутствие координационных и регулирующих центров по продвижению продовольственных товаров, производимых в республике;

- отсутствие интегрированных, кластерных и кооперационных формирований, с участием хозяйствующих субъектов республики.

Сельскохозяйственное производство не может оставаться на одном уровне развития, необходимо чтобы оно и дальше развивалось. Можно предложить два варианта развития [128].

По первому варианту предполагается, что будет сохранена существующая тенденция в сельском хозяйстве республики. Она сейчас имеет восходящую динамику. Деятельность хозяйствующих субъектов по-прежнему будет базироваться на текущих проблемах и их разрешении. Система управления производством может оставаться прежней, с некоторыми изменениями. При выборе такого варианта развития существует вероятность потери конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции и потенциала роста.

Второй вариант основан на поддержке стратегически важных отраслей сельского хозяйства, изменении подхода к формированию условий функционирования для всех форм хозяйствования, которое заключается в создании интегрированных образований различных типов, участниками которого могут быть представители всех категории хозяйств.

По нашему мнению, негативные тенденции, которые сложились в сельском хозяйстве республики, возможно, преодолеть за счет активизации интеграционных процессов, так как они содействуют:

- оптимизации расходов материально-технических, трудовых и земельных ресурсов, их более рациональному и эффективному применению;

- создается возможность внедрения инновационных технологий, коллективного использования высокопроизводительной техники, производительному употреблению высококвалифицированного труда;

- способствует повышению эффективности производственного потенциала участников интеграционных процессов;

- формированию благоприятного социального и производственного климата, создает условия для усиления заинтересованности в производительном труде, росте уровня жизни;

- устранению негативных моментов во взаимоотношения и установлению общего интереса участников в получении максимального конечного результата.

Интеграция будет способствовать повышению конкурентоспособности хозяйствующих субъектов сельскохозяйственного производства, ускоренному созданию инфраструктуры рынка продукции, совершенствованию структуры производства, снижению уровня трудоизбыточности в республике и созданию новых рабочих мест на селе.

2.2. Анализ производственно-экономического состояния пищевой и перерабатывающей промышленности Кабардино-Балкарской Республики

Пищевая и перерабатывающая промышленность являются важными частями экономики Кабардино-Балкарской Республики, которые выполняют функции системообразующей сферы и участвуют в формировании продовольственного рынка республики. Технический и технологический потенциал отраслей сформировался под воздействием различных факторов, которые были связаны со становлением рыночной экономики, с одной стороны, и становлением внутренних рынков продукции и поиском каналов для реализации продукции на внешних рынках, с другой. Успешная адаптация предприятий отраслей к новым условиям, проведенная государственная политика по их поддержке, способствовали созданию благоприятных условий для привлечения инвестиций в развитие технической и технологической базы пищевой и перерабатывающей промышленности. Совокупность этих факторов, а также подходящие природно-климатические условия и наличие достаточных трудовых

ресурсов также оказали содействие в укреплении позиции этих отраслей в экономике республики.

Важное значение этих отраслей объясняется тем, что они участвуют в формировании продовольственного фонда и удовлетворяют потребности населения в продуктах питания. В общем объеме промышленных товаров на потребительском рынке доля продовольственных товаров составляет более 40%, расходы населения на приобретение продуктов питания колеблется от 35% до 60% в зависимости от групп населения и от доходов, которые они получают.

Органы власти и предпринимательское сообщество уделяют большое внимание развитию отраслей по переработке сельскохозяйственной продукции и производству продуктов питания для населения. Эти отрасли промышленности становятся приоритетными направлениями роста, призванными стать эффективными элементами агропромышленного комплекса и «участвовать» в создании новой структуры экономики республики.

В настоящее время пищевая и перерабатывающая промышленность Кабардино-Балкарской Республики представлена молочными, консервными, спиртовыми заводами, предприятиями по розливу минеральной воды, пива, безалкогольных напитков, ликероводочных и вино-коньячных изделий. Кроме крупных и средних предприятий функционируют малые цеха по переработке зерна, овощей, фруктов и мяса. Предприятиями и цехами выпускаются кондитерские, хлебобулочные, макаронные изделия, производится масло растительное. Пищевая и перерабатывающая промышленность республики осуществляет более 30 видов производственной деятельности. Производством пищевых продуктов занимаются около 300 предприятий.

В 2015 году валовой сбор овощей в республике составил 406,8 тыс. тонн, из них консервными заводами переработано 80 тыс. тонн, что составляет 19,6% от общего объема валовой продукции. Основной объем переработки овощей и производства консервов приходится на семь крупных и средних предприятий из тридцати, доля которых составляет более 80% консервной продукции,

производимой в республике. Предприятиями республики выпускается консервная продукция 30 наименований.

Таблица 6. Производство основных видов продукции пищевой и перерабатывающей промышленности КБР

Наименование продукции	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2015 к, %	
							2013	2014
Мясо животных тыс. тонн	1032,0	323,1	198,0	202,8	276,1	337,8	166,5	122,3
Мясо птицы, тыс. тонн	6168,7	6478,6	6767,1	8339,6	8049,9	8882,0	106,5	110,3
Колбасные изделия, тыс. тонн	342,4	368,2	399,4	434,5	420,5	515,8	118,7	122,6
Флодоовощные консервы, млн. усл. банок	131,4	146,0	105,9	134,6	199,2	223,6	166,1	112,2
Молоко жидкое обработанное, тонн	8230,4	10745,1	14942,7	18760,4	18246,0	27394,6	146,0	150,1
Сливки, тонн	103,2	104,5	64,0	128,1	152,9	64,4	50,2	42,1
Йогурт и прочие виды молока, тонн	15947,4	21192,4	26845,8	31822,2	35312,3	40250,7	126,4	113,9
Масло сливочное и пасты масляные, тонн	8361,3	3518,5	3474,3	3478,4	4334,6	3482,6	100,1	80,3
Сыр и творог, тонн	1030,2	1208,6	1925,3	2491,8	3714,8	3880,9	155,7	104,4
Мука, тонн	4342,8	4455,4	4482,5	3668,0	5748,4	5854,9	159,6	101,8
Комбикорма, тонн	8347,2	12030,3	16848,8	17171,9	33677,0	43365,4	252,5	128,7
Изделия хлебобулочные, тыс. тонн	27,9	28,3	28,3	28,4	28,4	27,5	96,8	96,8
Изделия мучные кондитерские, тонн	589,7	594,7	431,3	257,7	217,4	181,0	70,2	83,2
Печенье и пряники, тонн	583,7	817,1	830,6	878,3	944,5	1078,8	122,8	114,2
Какао, шоколад, кондитерские изделия, тонн	4410,6	4173,9	3921,7	4225,7	5811,4	7524,4	178,0	129,4
Алкогольная продукция, тыс. дкл	13489,5	11410,2	11261,3	6404,3	8280,6	15325,4	293,2	185,0
Винодельческая продукция, тыс. дкл	7746,9	7634,4	5762,7	3374,9	4773,5	6150,4	182,2	128,8
Воды минеральные и неподслащенные, млн. полулитров	91,2	81,2	48,7	45,6	94,8	104,6	229,3	110,3
Воды газированные, тыс. дкл.	3753,7	3778,6	4056,6	4218,7	6045,4	6955,8	164,8	115,0

Источник: Кабардино-Балкария в цифрах, 2016

Переработкой молока и выпуском молочной продукции в республике занимаются 16 заводов, кроме них молочная отрасль представлена и цехами при

сельскохозяйственных предприятиях. Всеми товаропроизводителями отрасли выпускается продукция более 150 наименований, при этом ассортимент молочных продуктов с каждым годом увеличивается. Наибольший вклад в производство продукции вносят 11 предприятий, которые относятся крупным и средним.

Современное состояние и отраслевой анализ показал, что развитие отрасли происходит медленными темпами.

Как показывает таблица 6, производство основных видов продукции пищевой и перерабатывающей промышленности КБР имеет тенденцию роста, однако темпы остаются низкими. Так можно охарактеризовать большинство видов продукции за исключением масла сливочного, сливок и хлебобулочных изделий. По этим продуктам в 2015 году относительно 2014 года наблюдается некоторый спад. Также дело обстоит и по мучным кондитерским изделиям.

По другим основным продуктам происходит рост производства относительно предыдущего года, в частности: выпуск плодоовощных консервов увеличилось на 12,2%, молоко жидкое обработанное – 50,1%, йогурта – 13,9%, сыров и творога – 4,4%, муки – 1,8%, печенья и пряников - 14,2%, какао и кондитерских изделий – 29,4%, алкогольной продукции – 85,0%, винодельческой продукции – 28,8%, воды газированной – 15,0% и минеральной воды – 10,3%.

Важным показателем результативности деятельности пищевой и перерабатывающей промышленности является объем отгруженной продукции (таблица 7).

В 2015 году объем отгруженной собственной продукции, работ и услуг по пищевым продуктам составил 20612,1 млн. рублей. Данный показатель выше предыдущего года на 42,6%, спад, который наблюдался в 2013 году, был преодолен, но параметры 2012 года не были достигнуты. Надо отметить, что предприятия пищевой и перерабатывающей промышленности смогли преодолеть кризисные явления 2008-2010 годов, однако темпы роста остаются низкими. Снижение объемов производства продукции в стоимостном выражении

объясняется уменьшением производства винодельческой и алкогольной продукции.

Таблица 7. Динамика объема отгруженной продукции пищевой и перерабатывающей промышленности КБР, млн. руб.

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Объем отгруженной продукции по пищевым продуктам	10697,8	14133,8	21379,9	11377,7	14550,6	20612,1
Темпы роста, % к предыдущему году		132,1	151,2	53,2	127,8	142,6
Общий объем отгруженной продукции по обрабатываемому производству	22267,4	27704,0	34268,0	24125,9	29521,3	32219,6
Темпы роста, % к предыдущему году		124,4	123,6	70,4	122,3	111,2
В процентах к общему объему производства	48,0	51,0	62,3	47,1	49,2	64,0

Источник: расчеты автора

Сопоставление удельного веса объема отгруженной продукции предприятиями пищевой и перерабатывающей промышленности республики с общим объемом производства всей промышленной продукции показывает, что он составил в 2011 году 51%, 2012 – 62,3%, 2013 – 47,1% , 2014 – 49,2% , 2015 - 64,0%.

В структуре промышленного производства доля выпуска продуктов питания составляет меньше половины, хотя в период с 2011 по 2012 годы она была выше 50%. Выросла также выработка цельномолочной продукции и изготовление сыров и творога, производство макаронных и кондитерских изделий, масла растительного, безалкогольных напитков и минеральной воды.

В пищевой и перерабатывающей промышленности республики консервная отрасль является ключевой. Увеличению объемов отгруженных товаров

собственного производства, работ и услуг способствовал именно рост выпуска плодоовощных консервов в 2015 году, которое составило более 200 млн. усл. банок, что выше предыдущего года на 30%.

В республике переработкой плодоовощной продукции занимаются 28 предприятий, в состав, которых входят пять наиболее крупных и средних предприятий. Из них ООО «Консервпром», Пищекомбинат «Кенже», ООО «Агро-Инвест» оснащены современным технологическим оборудованием. Наибольший вклад в производство плодоовощных консервов вносят предприятия группы компаний «Агро». Из произведенных 200 муб консервной продукции, 142 муб, или 71% приходится на долю этой компании. Ими же переработано 66 тыс. тонн сырья, выращенных на своих сельскохозяйственных угодьях. Дальнейшему развитию консервной отрасли будет способствовать строительство трех современных заводов по выпуску плодоовощных консервов мощностью около 120 муб, а также модернизация существующих производственных мощностей, которые еще располагают определенным потенциалом.

Наравне с консервной отраслью планируются реализовать инвестиционные проекты и в молочной отрасли. Намечается строительство двух заводов по переработке молока: ООО «Концерн-Риал» и ОАО «Прохладное». Будет проведена модернизация производственных мощностей ООО «Нальчикский молочный комбинат». Реализация новых инвестиционных проектов позволит расширить ассортимент выпускаемой молочной продукции и увеличить общий объем производства на 30%.

Спад, который наблюдался в 2013 году, был частично преодолен в последующих годах. Восстановлению потерянных позиций в структуре производства промышленной продукции способствовало производительное использование своих мощностей предприятиями данного вида экономической деятельности, а также ресурсов, которыми располагают предприятия пищевой и перерабатывающей промышленности республики, особенно основных средств и оборудования.

Таблица 8. Уровень использования среднегодовой производственных мощностей в пищевой и перерабатывающей промышленности КБР, %

Показатели	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Хлеб и хлебобулочные изделия	16,6	18,9	23,2	24,7	31,9	54,0
Кондитерские изделия	2,6	1,8	22,9	25,0	38,5	47,1
Макаронные изделия	37,0	37,2	10,5	-	-	100,0
Пиво	38,3	35,7	33,5	33,2	43,7	48,2
Безалкогольные напитки	17,1	14,3	14,8	10,3	14,9	18,1
Воды минеральные	68,4	55,1	54,9	0,8	9,0	17,4
Консервы плодоовощные	85,8	22,8	94,6	94,7	98,4	98,4

Источник: Кабардино-Балкария в цифрах, 2016

Можно отметить, что представленные в таблице 8 производственные мощности предприятий пищевой и перерабатывающей промышленности КБР показывают увеличение коэффициента их использования. Особенно высок коэффициент использования мощностей в плодоовощном подкомплексе, где параметры доходят до 98,4%. По остальным видам отмечается невысокий уровень использования производственных мощностей, особенно розлив минеральной воды и безалкогольных напитков. В целом можно отметить, что предприятия пищевой и перерабатывающей промышленности республики располагают резервом мощностей для наращивания производства продуктов питания и нельзя утверждать, что достигли технологического оптимума.

В 2015 году в пищевой и перерабатывающей промышленности осуществлялись меры по более полной загрузке мощностей предприятий, проводились мероприятия по обновлению материально-технических основ отрасли и расширению сырьевой базы, но они оказались недостаточными, так как не в полной мере был использован потенциал, которым располагают предприятия отрасли.

Темпы обновления основных производственных фондов в других отраслях, кроме консервной, оказались недостаточными для того, чтобы заполнить

внутренний рынок и реализовать задачу импортозамещения. В хлебопекарной, мясной, молочной, мукомольно-крупяной промышленности производственные мощности физически и морально устарели. Высокий износ оборудования не позволяет качественно переработать сельскохозяйственное сырье, к тому же оно становится дефицитным и недоступным в силу их удорожания. У большинства предприятий названных отраслей имеются проблемы с пополнением оборотных средств, реализацией продукции, возможностями кредитования.

Слабая материально-техническая база основной массы предприятий пищевой и перерабатывающей промышленности республики и неразвитая инфраструктура не позволяют в достаточной мере перерабатывать то сырье, которое они закупают или выращивают сами. В совокупности эти проблемы приводят к дополнительным потерям, которые связаны с переработкой хранением и транспортировкой.

Еще один перекокс, который выявившийся в последнее время, заключается в том, что все предприятия пищевой и перерабатывающей промышленности закупают импортное оборудование, полагаясь на то, что оно более надежное и эффективное, чем отечественное. Здесь имеется позитивный момент (оборудование более современное), но, тем не менее, существуют множество рисков политического, экономического, конъюнктурного характера, которые могут в любое время разорвать связи между партнерами по поставке и обслуживанию импортного оборудования.

Таким образом, модернизация пищевой и перерабатывающей промышленности, которая проводилась за последние годы на базе импортируемого технологического оборудования, может создавать дополнительные риски не только отдельным предприятиям, но и не будет способствовать поступательному развитию отраслей промышленности. Мы понимаем, что импортное оборудование более качественное, чем отечественное, тем не менее, для таких отраслей, где занимаются выработкой социально значимых продуктов, к которым, безусловно, относятся продукты питания и, исходя из этого целесообразно техническое перевооружение и реконструкцию,

проводить с использованием отечественного оборудования. Данная проблема не может быть решена в течение короткого срока, необходимо разработка целостной стратегии развития отечественного машиностроения, впрочем, это прерогатива властных структур.

Кроме низкой материально-технологической базы, проблемы существуют и в недостаточном внедрении в производство новых видов упаковки, в том, что не достигается необходимая глубина переработки сельскохозяйственного сырья, в несоблюдении торговой дисциплины и нарушении нормальных процессов товародвижения готовой продукции. Многие сложности, с которыми сталкиваются предприятия, не выпячиваются, носят скрытый характер, но они постепенно накапливаются и не решаются, что, в конечном итоге, приводят к снижению доходности и конкурентоспособности, как товаров, так и самих предприятий.

Главной проблемой и слабой позицией для большинства предприятий является отсутствие достаточных финансовых средств, которые не позволяют вести активную политику по диверсификации производства, внедрению ресурсосберегающих безотходных технологий, снижению сброса неочищенных производственных стоков в открытые водоемы и выбросов промышленных загрязнений в атмосферу. Основной причиной образования высокого уровня отходов производства является физический износ и моральное старение основных фондов.

При наличии потенциала пищевая и перерабатывающая промышленности развиваются медленными темпами. Сдерживающими факторами являются неразвитость инфраструктуры продовольственного рынка, слабая и некачественная сырьевая база, нерешенность вопросов экономической и физической доступности продовольствия для населения. По некоторым продуктам питания, в частности по мясу и молочным продуктам, темпы роста отстают или занимают высокую долю в импорте этих продуктов. Повышенный импорт продуктов питания ведет к сужению возможностей их производства на местном уровне. Понятно, что многие проблемы связаны с животноводческой

отраслю, где производится недостаточное количество продукции и сырья. К тому же сырье по своим качественным показателям не отвечает потребностям промышленности. Все эти факторы в совокупности не позволяют насытить рынок мясной и молочной продукцией.

Вместе с тем необходимо отметить, что хлебопекарная, мукомольно-крупяная, масложировая и другие отрасли, вырабатывающие социально значимые пищевые продукты функционируют устойчиво. Этот фактор во многом обуславливается наличием стабильной сырьевой базы для этих отраслей и притоком инвестиций в модернизацию технологической базы предприятий, входящих в эти отрасли.

В целом нужно отметить, что для обеспечения дальнейшего прогресса развития пищевой и перерабатывающей промышленности, реализации имеющего потенциала необходимо провести ускоренное обновление основных производственных фондов предприятий, входящих в эти отрасли, осуществить организационные мероприятия на основе интегрированных структур. Без такой работы решение вопросов, связанных с импортозамещением будет проблематичным.

Кроме обозначенных чуть выше проблем, существуют вопросы, которые требуют безотлагательного решения. К ним относятся необходимость формирования логистических центров, которые в полной мере позволят реализовать возможности, которыми располагают производители и переработка агропромышленной продукции. Создание таких центров будет также благоприятно влиять на потребление, так как возникает возможность без больших задержек доставлять товар потребителю или организовать качественное хранение продукции. В нынешних условиях функционирования экономики, логистические центры решают важнейшие задачи по обеспечению эффективной деятельности отраслей экономики, в том числе пищевой и перерабатывающей промышленности.

В стратегии развития пищевой и перерабатывающей промышленности республики отмечается необходимость создания комплексной логистической

системы заготовки, хранения, предпродажной подготовки и реализации овощеводческой продукции и картофеля в районах, где занимаются выращиванием этих культур. Основной целью развития логистических центров является наиболее полное использование имеющегося в республике потенциала по обеспечению населения плодоовощной продукцией местного производства.

Особенность и привлекательность логистических центров состоит в том, что объединяя на одной платформе предприятия, которые осуществляют деятельность в разных отраслях, в том числе и транспортные коммуникации, устанавливают качественно новые стандарты в концепциях развития и управления не только производством, но и рынком. Более современные и продвинутые логистические центры могут предлагать, наряду с хранением и дистрибуцией и другие услуги по сортировке и упаковке продукции. Они же располагают возможностями для оказания помощи в консалтинговых информационных и финансовых вопросах.

В настоящее время республика специализируется на производстве овощей и плодов. Статистика показывает, что валовое производство этих культур с каждым годом увеличивается, происходит рост объемов переработанной продукции, увеличивается количество продуктов, вырабатываемых из продукции.

Для обеспечения круглогодичного доступа населения к овощам и плодам (а такая задача ставится правительством республики), а также к продуктам их переработки необходимо строительство новых овощехранилищ, оснащенных современным оборудованием с автоматизированными системами регулирования температуры и относительной влажности воздуха. Другие из них, нужно оснастить герметичными камерами для хранения в условиях регулируемой газовой атмосферы наиболее ценной и скоропортящейся продукции. Строящиеся и модернизируемые овощехранилища требуется оснастить оборудованием для товарной обработки хранимой продукции, которая включает отделение примесей, сортировку, переборку и фасовку. Проведение подобной работы (своего рода маркетинговый подход) позволит увеличить объемы реализации продукции местных товаропроизводителей, повысить привлекательность

продуктов для покупателей. В планах республики довести к 2020 году до 10 тыс. га площадь садов интенсивного типа, при этом валовое производство плодов составит более 600 тыс. тонн. Увеличение производства плодов потребует развития мощностей для их долговременного хранения. Существующие сейчас площади в количестве семи хранилищ, общей вместимостью хранения более 40 тыс. тонн, не обеспечивают необходимые потребности. В республике имеются предприятия, которые занимаются хранением плодов и овощей. Среди них выделяются «Сады Эльбруса», ООО «Хладокомбинат», «АКАЭМ», ООО «Кабардино-Балкарский агрострой», а также есть и индивидуальные предприниматели - ИП Глава КФХ Кайсинова Р.Х., ИП Глава КФХ Кудиев Б.Б., которые также занимаются сортировкой, хранением и упаковкой продукции.

Расчеты показывают, что существующие мощности по хранению свежих овощей и плодов не смогут справиться с намечаемыми объемами производства этих продуктов. В связи с этим в КБР планируется строительство современного комплекса по хранению, сортировке, упаковке свежих овощей в количестве 75 тыс. тонн в год. Кроме того, будут построены семь плодохранилищ общим объемом 17,3 тыс. тонн.

Создаваемые логистические центры призваны решать и другую важную задачу, которая связана с закупкой плодов, овощей и другой продукции у населения, фермерских хозяйств и хозяйств населения. Помимо этого, они могли бы взять на себя переработку нестандартной продукции, известно, что значительные потери хозяйства республики несут из-за потерь и отсутствия каналов сбыта некондиционных товаров, которые можно еще использовать.

Строительство новых современных заводов, хранилищ и логистических центров позволит не только повысить рентабельность сельскохозяйственного производства, но и даст возможность создания новых рабочих мест, как в селе, так и в городе. Появятся экономические и технологические условия для увеличения объемов производства, хранения и переработки продукции, возрастет уровень жизни сельского населения.

Таким образом, пищевая и перерабатывающая промышленность республики развивается низкими темпами, одной из причин является то, что основной объем производства продукции, используемого в качестве сырья производится в хозяйствах населения, такое перераспределение производства имеет негативное последствие и отрицательно влияет на эффективность работы предприятий отрасли. Проблема обеспечения сырьем тесно связана также с вопросами хранения как в хозяйствах, так и на перерабатывающих предприятиях, например потери плодоовощного сырья порой достигают 20-30%.

Слабая материально-техническая база многих предприятий пищевой и перерабатывающей промышленности и неразвитая инфраструктура хранения, транспортировки и холодильной обработки скоропортящегося сырья и продовольствия не позволяют комплексно перерабатывать исходное сырье и создавать оптимальные условия для хранения, что приводит к дополнительным потерям, снижению безопасности и качества. Вопросы сортировки, хранения и продвижения продукции могут быть решены за счет создания логистических центров.

Перспективным направлением решения подобных проблем является использование современных технологий быстрой заморозки. Это направление за рубежом получило широкое распространение и показало свою эффективность.

В целом надо отметить, что при наличии около 30 действующих перерабатывающих предприятий в республике, только 4-5 предприятий смогли занять определенные сегменты на общеокружном и общероссийском рынках. Основная масса других предприятий, в силу небольших масштабов производства, использования несовременной технологии, отсутствия финансовых вложений не могут завладеть сегментами на различных рынках.

В условиях тяжелого финансового положения большинства предприятий пищевой и перерабатывающей промышленности наиболее быстрым и эффективным путем увеличения производства товаров и улучшения обеспечения населения отечественной продукцией является создание различных интегрированных структур. Это особенно актуально как для предприятий

отрасли, которые имеют определенный потенциал в виде современных технологий и квалифицированных кадров, так и для сельскохозяйственных организации, крестьянских(фермерских) хозяйств и хозяйств населения, которые смогут выступать постоянными поставщиками сырья, одновременно решая свои вопросы по реализации выращенного урожая.

2.3. Комплексная оценка конкурентоспособности молочной отрасли промышленности Кабардино-Балкарской Республики

Современная рыночная экономика предъявляет к хозяйствующим субъектам особые требования, которые заключаются в том, что они должны обеспечивать свою эффективную и устойчивую деятельность на постоянной основе. Императивом такого состояния может быть только его высокая конкурентоспособность. Хозяйствующие субъекты, предприятия и организации, смогут обеспечить свою конкурентоспособность в том случае, если, с учетом внутренних и внешних факторов, будут способны организовать сбалансированное управление всеми процессами, происходящими вокруг субъекта. В целом конкурентоспособность предприятия можно представить как процесс, который направлен на эффективное использование своих ресурсов для достижения целей, результатом которого является получение конкурентных преимуществ.

Условия, в которых функционирует предприятие, постоянно подвергаются каким-то трансформациям. Для того чтобы сохранить свое существование оно (предприятие) должно приспосабливаться к тем изменениям, которые происходят во внешней среде, адаптируя к ним свою внутреннюю среду. Но на этом процесс не останавливается, одновременно предприятия или хозяйствующие субъекты, вынуждены повышать свою конкурентоспособность.

Известно, что конкурентоспособность предприятия - как экономическая категория, является относительной величиной и для определения координат предприятия в рыночном пространстве, необходимо его сравнить с другими подобными предприятиями. И для повышения своей конкурентоспособности предприятие должно обладать достоверной и полной информацией о своем фактическом состоянии и состоянии конкурентов. Можно согласиться с С. Нестеренко в том, что «при разработке многофакторной модели (по оценке конкурентоспособности) нужно, кроме технических, технологических, кадровых, экономических факторов, включать такие факторы, как рыночная ниша, конкурентоспособность продукции и управленческий потенциал» [74].

Конкурентоспособность предприятия складывается из разноплановых составляющих, существуют несколько основных задач, которые необходимо решить при ее анализе. К ним относятся: выявление закономерностей и тенденций, которые позволяют повысить конкурентоспособность предприятия, определение параметров, которые негативно влияют на предприятие, уточнение резервов, которыми можно воспользоваться для получения конкурентных преимуществ.

Важное значение имеет практическая оценка конкурентоспособности предприятий. В экономической литературе обсуждаются различные методики оценки конкурентоспособности хозяйствующего субъекта, но единой и общепризнанной методики пока нет. По нашему мнению, использование той или иной методики зависит от положения, в котором находится анализируемое предприятие, какие цели оно преследует и каких результатов хочет добиться. Кроме того, методика, которая используется для анализа, может носить и субъективный характер, потому что данный исследователь использует именно эту методику, так как она, с его точки зрения, более репрезентативна и практична, чем другие.

Важным аспектом эффективного приспособления и адаптации к внешней среде, которая является рыночной, является проведение систематического анализа положения предприятия на рынке. Временной отрезок, который необходимо

охватить для оценки состояния конкурентоспособности предприятия зависит от отрасли, к которой относится данное предприятие. Что касается предприятий пищевой и перерабатывающей промышленности то, такую оценку нужно проводить как минимум ежеквартально, причем, с использованием разных методик.

В некоторых методиках, которые представлены разными авторами, они стараются использовать как можно больше оценочных показателей, максимально расширить и детализировать параметры, при помощи которых можно анализировать предприятие. Конечно, такой подход может иметь место, правда, он трудоемкий и затратный и, что самое главное, за деталями можно упустить главное звено, которое на данном этапе или в данное время является определяющим и приоритетным.

По нашему мнению, выбор методики зависит от нескольких факторов, в том числе: от отрасли, которой принадлежит предприятие, рыночной среды, где ему приходится действовать, ресурсов, которыми предприятие располагает, состояния конкурентов, с которыми ему необходимо взаимодействовать.

Для оценки конкурентоспособности предприятий пищевой и перерабатывающей промышленности очень удобным является использование определенной методики с использованием интегрального показателя конкурентоспособности предприятия. Привлекательность такой методики заключается в том, что она является практичной. Для экономистов-практиков оценить конкурентоспособность своего предприятия не составит большого труда, так как предлагаемые показатели основаны на производственных и экономических показателях своего предприятия. Точно такие же индикаторы имеют и другие предприятия. Точки исходной информации у всех предприятий совпадают.

Практичность подобной методики заключается в том, что тщательному анализу подвергаются эффективность использования ресурсов и организация работы всех служб и подразделений. В конечном итоге качественная система

оценки конкурентоспособности предприятия становится основой эффективного управления.

При применении предлагаемой методики, оценку эффективности работы предприятия и его подразделений, предусматривается определять на основе анализа эффективности использования ими всех ресурсов при помощи семи групповых показателей или критериев конкурентоспособности. На основе групповых показателей определяется интегральный показатель конкурентоспособности предприятия. По таким же показателям оцениваются и другие предприятия, которые действуют на данном рынке и являются конкурентами. В результате предприятия получают сопоставимые индикаторы и могут определить, вернее, уточнить в каком положении они находятся в исследуемом периоде и какие меры нужно предпринять в первую очередь.

Для оценки конкурентоспособности предприятия можно использовать систему показателей, которая была разработана и предложена в первой главе диссертации. Данная методика включает следующие группы показателей, в состав которых входят:

1. Эффективность производственной деятельности предприятия. При помощи представленной группы показателей оценивается эффективность затрат при выпуске продукции, уровень прибыльности предприятия, определяется эффективность использования рабочей силы;

2. Состояние материально-технической базы. На основе группы показателей характеризуется состояние производственных мощностей, определяется коэффициент годности и эффективность использования основных фондов, рассчитывается фондоотдача и фондоемкость.

3. Эффективность управленческой деятельности. Оценивается существующая на предприятии система управления, наличие стратегических целей, методы организации технологических процессов, определяется его кадровый потенциал.

4. Конкурентоспособность продукции. Проводится сравнительная оценка продукции предприятий по ассортименту, качеству и ценам.

5. Состояние финансовой сферы. Финансовое положение предприятия характеризуется перечнем критериев, которые устанавливают независимость предприятия от заемных источников, способность предприятия выполнять свои финансовые обязательства и избежать банкротства, отражает качественный состав средств, являющихся источником покрытия текущих обязательств, определяет эффективность использования оборотных средств.

6. Инвестиционно-инновационный потенциал предприятия. Результативность использования инноваций определяется величиной нематериальных активов в общей стоимости активов, размерами расходов на научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки, величиной новых видов продукции в общем объеме выпуска. Состояние инвестиционного капитала предприятия определяется по объему капитальных вложений, направляемых на пополнение основных средств, эффективность вложений устанавливается выгодой, получаемой с каждого рубля инвестиций.

7. Эффективность маркетинговой деятельности. Успешность деятельности маркетинговой службы характеризуется уровнем прибыльности работы предприятия, верностью и правильностью установления цен на товары, состоянием затоваренности готовой продукцией, структурой деловой активности предприятия и результативностью работы службы сбыта, экономической отдачей от использования рекламы и средств стимулирования сбыта.

После установления и уточнения групп показателей, экспертным путем определяется коэффициент весомости каждого компонента конкурентоспособности для каждого предприятия. В качестве экспертов могут выступать руководители подразделений, менеджеры различных служб, независимые эксперты, специалисты министерств и департаментов, специалисты, имеющие большой стаж и опыт в отрасли.

На основе этих групп показателей рассчитывается интегральный показатель конкурентоспособности предприятия по установленной формуле.

$$K = \sum_{i=1}^n W_i K_i ,$$

где

K - интегральный показатель конкурентоспособности предприятия;

K_i - частные относительные показатели конкурентоспособности предприятия;

W_i - весомость отдельных факторов.

В ходе проведения исследования в качестве объекта были выбраны четыре предприятия, относящиеся к пищевой и перерабатывающей отрасли Кабардино-Балкарской Республики, которые занимаются переработкой молока, производством молочной продукции и ее реализацией. Эти предприятия расположены в разных районах республики.

Прежде чем перейти к определению интегрального показателя конкурентоспособности необходимо выяснить производственно - экономическое состояние исследуемых предприятий.

По данным таблицы 9, объемы производства во всех предприятиях имеют тенденцию роста. Наиболее высокие объемы производства характерны для ООО «Нальчикский молочный комбинат», который наращивает свои объемы темпами в 5-6%, не отстают от него и другие предприятия. В частности ООО «Карагачский молокозавод» каждый год показывает почти 30% рост и, по всей вероятности в скором времени перегонит ООО «Нальчикский молочный комбинат». ООО «Молочник» демонстрирует двукратный рост, более низкие темпы роста на ООО «Молочный комбинат «Светловодский».

Экономические показатели предприятий также характеризуются положительной динамикой, но по своим величинам остаются низкими. Например, размер чистой прибыли растет, но для инвестирования в собственное

производство является недостаточным. Также растет и общая рентабельность, но оптимального уровня в 12-15%, они не достигают.

В тоже время нужно отметить, что исследуемые предприятия созданы в последние пять-шесть лет. Они «выросли» в условиях рыночной экономики, смогли приспособиться к рыночным условиям, и каждый из них нашел свою нишу на рыночном «поле».

Известно, что стабильность положения предприятия на рынке определяется тем, какую долю оно занимает на нем. Величина доли является важным показателем конкурентоспособности предприятия, она подчеркивает, что предприятие характеризуется определенными признаками или признаком, которое дает ему конкурентное преимущество.

Доля рынка является важным оценочным показателем, который определяется отношением объема продаж продукции (товара) данного предприятия к общему объему продаж всеми предприятиями, функционирующими на этом рынке. Те предприятия, которые имеют высокую долю на рынке, как правило, производят продукцию с более низкой себестоимостью, чем конкуренты, что создает им возможность реализовать больше товара, чем другие. Они же имеют более высокую прибыльность и рентабельность и являются лидерами на данном рынке. Предприятия, которые не являются лидерами и не обладают необходимыми возможностями для расширения своей доли, должны сконцентрироваться на укреплении своего сегмента и поиску конкурентных преимуществ по отношению к конкурентам.

Предприятия могут достичь определенных преимуществ и укрепить свои позиции на рынке различными способами. Исследуемые предприятия это могут сделать за счет узкой специализации, более низких издержек на производстве и сбыте товара, дифференциации продукции.

Дифференциация означает способность предприятия предложить потребителю продукцию с большей полезностью, тем более, когда речь идет о молочных продуктах. Она является оптимальным способом расширения своего сегмента на рынке.

Таблица 9. Производственно - экономическое состояние исследуемых предприятий КБР

Предприятие	Объем производства продукции, тыс. тонн			Выручка от реализации, млн. руб.			Чистая прибыль, млн. руб.			Общая Рентабельность, %			Доля предприятия на рынке продукции, %		
	2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014
ООО «Нальчикский молочный комбинат»	66,3	73,0	77,0	189,8	209,0	278,8	0,95	1,94	12,0	0,53	0,91	4,44	51,4	44,3	37,2
ООО «Молочник»	8,4	14,4	28,0	144,8	152,2	351,8	1,07	2,34	6,76	0,99	1,59	2,56	7,0	9,9	14,8
ООО «МК Светловодский»	2,6	25,4	27,0	12,4	298,6	298,8	1,36	3,63	4,83	1,10	1,23	1,70	2,1	12,5	14,1
ООО «Карагачский молокозавод»	38,3	50,1	64,1	176,1	245,1	402,3	0,80	0,93	1,52	0,45	0,38	0,42	25,6	28,2	31,0

Источник: расчеты автора по данным предприятий

Конечно, этими способами не исчерпывается перечень возможных вариантов, но реальное или желательное расширение доли рынка зависит, в первую очередь, от возможностей конкурентов, которые противостоят предприятию, объема ресурсов, необходимых для реализации своей стратегии, а также от готовности предприятия и его менеджмента отказаться от текущих прибылей ради будущих доходов. По существу установление оптимальной доли рынка, тем более ее увеличение для конкретного предприятия, сводится к поиску компромиссного решения, обусловленного совокупностью объективных и субъективных факторов, влияющих на количественную меру доли рынка, занимаемую предприятием.

Исследуемые нами предприятия также стараются занять определенный сегмент на рынке. Сравнительный анализ показывает, что наибольшую долю занимает ООО «Нальчикский молочный комбинат», хотя наблюдается четкая тенденция уменьшения его доли. В тоже время все другие предприятия наращивают свое присутствие, особенно в этом преуспевает ООО «Карагачский молокозавод», который почти догоняет лидера.

На традиционных ярмарках, которые проводятся по выходным и праздничным дням в столице республики и в районных центрах, эти предприятия представляют свою продукцию. Если раньше ООО «Нальчикский молочный комбинат» был представлен 5-6 ларьками, то сейчас их 2-3, а другие предприятия, наоборот, стараются занять освобождающийся сегмент, особенно, в этом преуспевает ООО «Молочник». Несмотря на малые размеры, предприятие увеличило свою долю с 7,0% в 2012 году до 14,4% в 2014 году. Избрав основным местом реализации своей продукции столицу республики ООО «Молочник» выигрывает, по сравнению с другими предприятиями, за счет более низких издержек производства продукции и меньших потерь при транспортировке. (ООО «Молочник» географически располагается ближе к столице республики, чем другие предприятия). Высокие темпы «захвата» рынка показывают и ООО «Молочный комбинат «Светловодский», который также увеличил свою долю с 2,1% в 2012 году до 14,1% в 2014 году.

На фоне взаимодействия этих предприятий возможно проследить как складывается рыночная ситуация на рынке и что предпринимают участники для наращивания своего присутствия и расширения своего сегмента, повышения своей конкурентоспособности. А они заключаются в том, что предприятия находятся в непрерывном поиске, ищут и находят рекламные ходы, расширяют свой ассортимент, то есть идет постоянная борьба за приобретение новых позиций и укрепление имеющихся. Достичь высокого уровня конкурентоспособности возможно при наличии конкурентных преимуществ, которые обеспечат превосходство над конкурентами.

Рассмотрим, в каком состоянии находится уровень конкурентоспособности на исследуемых предприятиях. Все эти предприятия в целом располагают необходимыми мощностями и ресурсами для осуществления технологических процессов по производству молочных продуктов. Однако если их соотносить по величине активов, трудовым ресурсам, стоимости основных фондов, состоянию финансовой базы, маркетинговой деятельности и по другим признакам, то они являются разными. Два субъекта - ООО «Нальчикский молочный комбинат» и ООО «Карагачский молокозавод» можно отнести к средним предприятиям. А другие два - ООО «Молочный комбинат «Светловодский» и ООО «Молочник» к малым. Тем не менее, они находятся на одном рынке и конкурируют между собой.

На основе предложенной чуть выше методики и групповых показателей была проведена сравнительная оценка уровня конкурентоспособности исследуемых предприятий (таблица 10).

Сравнение данных таблицы 10 по предприятиям показывает, что по состоянию материально-технической базы, конкурентоспособности товара и организации маркетинговой деятельности на первом месте находится ООО «Нальчикский молочный комбинат», управленческая деятельность лучше организована на ООО «Карагачский молокозавод», по эффективности производственной деятельности и состоянию финансовой сферы других опережает ООО «Молочник», инвестиционно - инновационный потенциал выше у

ООО «Молочный комбинат «Светловодский». Эти же аспекты являются конкурентными преимуществами этих предприятий на данном этапе. ООО «Нальчикский молочный комбинат» и ООО «Молочный комбинат «Светловодский» уделяют большое внимание организации маркетинговой деятельности, у них имеются отделы маркетинга, а другие два предприятия - ООО «Карагачский молокозавод» и ООО «Молочник» такими службами не располагают и функции маркетинга возложены на экономические службы.

Интегральная оценка уровня конкурентоспособности показывает, что ООО «Нальчикский молочный комбинат», несмотря на то, что он теряет какую-то долю рынка, остается лидером, на втором месте находится ООО «Карагачский молокозавод», на третьем ООО «Молочный комбинат «Светловодский» и на последнем месте ООО «Молочник». ООО «Нальчикский молочный комбинат» обеспечивает свое лидерство за счет конкурентоспособности своей продукции и эффективной маркетинговой деятельности. В данном случае подтверждается тезис о том, что «конкурентоспособность хозяйствующего субъекта, функционирующего в сфере молочно-перерабатывающих производств, формируется широким спектром факторов, но основу составляет конкурентоспособность продукции» [116].

Особенностью исследуемых предприятий является то, что они повышают свою конкурентоспособность и расширяют свою нишу на рынке. Необходимо отметить, что этот процесс происходит за счет выдавливания из рынка других предприятий. В частности этот рынок вынуждены покинуть такие предприятия, которые в прошлом были эффективными. К ним относятся ОАО «Нарткалинский молзавод», ОАО «Нальчикский молочный завод», ОАО Сырзавод «Прохладненский» и другие. Эти предприятия не смогли вовремя адаптироваться к изменяющимся условиям и покинули рынок, хотя несколько лет назад еще были на рынке.

В процессе своей деятельности каждый из исследуемых предприятий выбирает стратегию своего развития. Так, ООО «Нальчикский молочный комбинат» вошел, в состав крупнейшей компании России «Молочный продукт».

При непосредственном участии компании все производственные комплексы были переоснащены современным оборудованием из Франции, Израиля и Германии. Предприятие использует натуральные продукты и экологически чистое сырье. Выпускаемая продукция подвергается тщательному контролю по методике, разработанной компанией «Молочный продукт».

Таблица 10. Сравнительная интегральная оценка уровня конкурентоспособности предприятий перерабатывающей отрасли КБР

Предприятие	Год	Эффективность производственной деятельности	Состояние материально-технической базы	Эффективность управленческой деятельности	Конкурентоспособность продукции	Состояние финансовой сферы	Инвестиционно-инновационный потенциал	Эффективность маркетинговой деятельности	Интегральная оценка конкурентоспособности предприятия
		Коэффициенты весомости							
		0,18	0,20	0,15	0,14	0,12	0,11	0,10	
ООО «Нальчикский молочный комбинат»	2012	0,554	2,144	0,411	0,557	1,435	0,210	0,321	0,892
	2013	0,642	3,673	0,545	0,565	1,411	0,112	0,355	1,225
	2014	0,733	4,088	0,618	0,583	1,525	0,158	0,415	1,362
ООО «Молочник»		Коэффициенты весомости							
		0,22	0,16	0,18	0,13	0,09	0,10	0,12	
	2012	0,611	1,944	0,408	0,493	1,721	0,114	0,248	0,776
	2013	0,710	2,010	0,517	0,518	1,679	0,111	0,263	0,830
	2014	0,794	2,533	0,594	0,538	1,767	0,164	0,288	0,963
ООО «МК Светловодский»		Коэффициенты весомости							
		0,19	0,17	0,16	0,15	0,12	0,09	0,12	
	2012	0,497	2,004	0,426	0,515	1,485	0,110	0,341	0,887
	2013	0,548	2,546	0,528	0,544	1,576	0,125	0,311	0,938
	2014	0,615	3,110	0,612	0,572	1,610	0,161	0,436	1,085
ООО «Карагачский молокозавод»		Коэффициенты весомости							
		0,18	0,17	0,15	0,16	0,13	0,10	0,11	
	2012	0,604	2,111	0,472	0,509	1,543	0,123	0,212	0,852
	2013	0,623	3,533	0,639	0,528	1,612	0,135	0,235	1,128
	2014	0,730	3,641	0,765	0,564	1,729	0,148	0,244	1,216

Источник: расчеты автора по данным предприятий

Реконструкция и модернизация предприятия позволила расширить ассортимент выпускаемой продукции, и что самое главное, переориентироваться на освоение новых рынков. В настоящее время предприятие имеет сеть торговых точек в городах Северо-Кавказского и Южного федеральных округов, а также в г. Москва. Как раз этим перенаправлением своей деятельности объясняется уменьшение доли на рынке молочной продукции республики, которое было отмечено выше.

Подобную же стратегию избрала и ООО «Молочный комбинат «Светловодский». Предприятие производит продукцию под торговой маркой «Диво» и «Молочная лавка». Основное внимание уделяется качеству продукции. Предприятие территориально расположено на границе со Ставропольским краем. В настоящее время ключевым направлением деятельности предприятия является освоение рынка молочной продукции Ставропольского края и местных рынков. Близость рынка сбыта и отсутствие в окрестностях г. Пятигорск необходимой базы для развития производства животноводческой продукции делает его привлекательным для молочного комбината «Светловодский».

Эти предприятия для завоевания нового рынка и получения конкурентных преимуществ решили воспользоваться марочным капиталом (брендом) известных фирм. Важность бренда, как актива, заключается в его информационной природе. Посредством такого способа предприятия решили сократить дистанцию между собой и потребителями. Известно, что в условиях растущей конкуренции покупатель заинтересован в получении достоверной информации о качестве предлагаемого товара.

Другие два предприятия сосредоточены на внутреннем рынке и стратегическим направлением деятельности является снижение издержек производства и повышение качества продукции, за счет чего они планируют удержаться на рынке и получить конкурентное преимущество. На наш взгляд, они в этом смогут преуспеть в том случае, если будут сосредоточены на использовании в качестве сырья натурального молока, которое можно закупать у населения, фермеров и сельскохозяйственных организаций.

В процессе анализа конкурентоспособности предприятия решаются задачи определения тенденций и закономерностей повышения или причин снижения его конкурентоспособности за исследуемый период, выявляются «узкие» места, которые негативно влияют на конкурентоспособность предприятия и определяются резервы, которые позволят ее повысить.

Показатель конкурентоспособности предприятия выступает показателем эффективности использования всех его ресурсов, в том числе трудового, производственного, финансового и научно-технического потенциала. Поэтому, при оценке конкурентоспособности предприятия следует рассматривать конкурентоспособность предприятия как сумму всех составляющих, которые обуславливают его конкурентоспособность.

Практика, опыт и история различных предприятий, фирм и компаний показывает, что показатель конкурентоспособности предприятия не является постоянной величиной, наоборот, он (показатель) постоянно меняется. Другими словами процесс поддержания и роста уровня конкурентоспособности предприятия является процессом, требующим комплекса действий, в том числе и управленческих. Неэффективность и несвоевременность принимаемых решений могут стать причиной банкротства предприятия или хозяйствующего субъекта. Примерами могут служить те предприятия, которые были упомянуты выше, которым пришлось покинуть рынок в силу разных причин, в том числе из-за слабости менеджмента.

Конкурентоспособность предприятия напрямую связана с конкурентоспособностью его персонала. Опыт отдельных предприятий показывает, что достичь высокой конкурентоспособности предприятия, даже при наличии конкурентоспособного товара, проблематично. Для этого необходим высококлассный персонал, в том числе управленческий.

Следует отметить, что в отличие от конкурентоспособности товара конкурентоспособность предприятия не может быть достигнута в короткий промежуток времени. Конкурентоспособность предприятия достигается в длительной и безупречной работе на рынке. Исходя из этого, процесс создания

конкурентоспособного предприятия и приобретения конкурентных преимуществ должен начинаться с формирования конкурентоспособного персонала, способного укреплять и развивать позиции предприятия. К тому же повышение конкурентоспособности предприятия возможно только при условии высокого эффективного взаимодействия и функционирования всех его подразделений, что предполагает наличие целостной системы управления предприятием.

Инструментарием для решения стратегических задач повышения уровня конкурентоспособности может служить комплексный подход по оценке своего состояния и состояния рыночной среды, где предприятие функционирует.

ГЛАВА 3. ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ АПК КАБАРДИНО-БАЛКАРСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

3.1. Интегрированные структуры как инструмент повышения конкурентоспособности перерабатывающих предприятий АПК КБР

Современное состояние сельского хозяйства и агропромышленного комплекса в регионах страны показывает, что ошибки, допущенные в период трансформации отрасли, пока не устранены, и они дают о себе знать. Стратегическая цель, которая преследовалась в ходе реформ, заключалась в том, чтобы сформировать собственника (частника) в сельскохозяйственном производстве, который накормит население. Что касается первой части, то собственники в лице индивидуальных предпринимателей, крестьянских (фермерских) хозяйств, сельскохозяйственных организации различных форм собственности учреждены, создана многоукладная экономика. А что касается второй части, то она не достигнута. Одна из причин того, что не решен вопрос полного продовольственного обеспечения населения страны, заключается в том, что разрушено крупнотоварное производство, которое было основой прежней системы. В тоже время не предложены новые организационно-экономические формы, которые по производительности и эффективности превосходили бы существовавшие. Выразители-теоретики трансформационных процессов, которые были у истоков рыночных преобразований в стране, отвергают использование

таких организационных форм, которые были бы основаны на крупнотоварном производстве. Основным аргументом для них является то, что участники перестанут быть собственниками и снова вернуться к бывшим колхозам и совхозам, с их недостатками и организационными неурядицами. На самом деле основным доводом является идеологический мотив, боязнь формирования новой концепции развития общества, где им места не будет. Наличие крупнотоварных структур в сельскохозяйственном производстве особенно важно для перерабатывающих систем так как, при прочих равных условиях, такие формирования являются более надежными источниками сырья, которые способны без перебоев поставлять необходимый продукт в достаточном количестве и качестве. Кроме того снижается риск остановки производства и повышается инвестиционная привлекательность.

Практика и опыт развитых стран, особенно скандинавских, показывает, что возможно формировать организационные структуры в сельскохозяйственном производстве, без потерь собственности и права юридического лица. Такими структурами могут быть интегрированные формирования различных форм и содержания.

В новых реалиях, связанных с кризисом в экономике и условиях импортозамещения необходимы новые подходы в организации агропромышленного производства. Предприятия, фирмы, компании, все хозяйствующие субъекты должны находить способы повышения своей конкурентоспособности. Особенность агропромышленного комплекса и отраслей его составляющих состоит в том, что каждая из них обладает специфической функциональной целью. Одни из них предназначены для изготовления сырых материалов, другие заняты ее переработкой, третьи выполняют функции сервиса, четвертые заняты доведением продуктов до потребителей, пятые обеспечивают участников промышленными средствами труда. Предприятия каждой отрасли самостоятельны, в своей деятельности руководствуются своими интересами, обособлены друг от друга как объекты хозяйствования. Однако все они должны взаимодействовать друг с другом, ибо каждый из них выполняет лишь одну

технологическую операцию в воспроизводстве конечного продукта. Кроме того они взаимосвязаны преимущественно последовательно: каждое предприятие является потребителем ресурсов, произведенных на предыдущей стадии воспроизводственного процесса и одновременно производителем ресурсов, предназначенных для потребления на последующей стадии. Это означает, что каждое предприятие выступает и как продавец созданных товаров, и как покупатель произведенных ресурсов.

Принципиальная особенность этих систем состоит в том, что они обладают способностью саморегулирования и саморазвития. Механизм реализации этой способности состоит в том, что каждое потребляющее звено обладает контролирующими функциями по отношению к звену производящему, а общий контроль принадлежит заключительному звену.

В настоящее время интегрированные системы стали очень востребованы. Дело в том, что действующий экономический механизм пока не способен обеспечить необходимые условия взаимного сотрудничества хозяйствующих субъектов различных сфер деятельности, наоборот, в большинстве случаев он усиливает имеющиеся противоречия. Механизмом решения перечисленных проблем является переход на интегрированные формирования при помощи различных способов, в частности кооперации.

Сущность кооперации в данном контексте заключается в том, что участники объединяются добровольно и осознано, никто их к этому не принуждает. Объединяются для эффективного использования материально-технических, трудовых, финансовых и интеллектуальных ресурсов в процессе решения определенных задач и достижения поставленных целей.

Особенность кооперации, как организационной структуры заключается в том что, существуют различные варианты формирования кооперации. В частности могут объединяться сами владельцы средств производства и земли или же «делегировать» выполнение сопредельных операции и функции другому предприятию. А.В. Чаянов отмечал: «крестьянская кооперация представляет собой весьма совершенный организованный вариант крестьянского хозяйства,

позволяющий мелкому товаропроизводителю, не разрушая своей индивидуальности, выделить из своего организационного плана те элементы, в которых крупная форма производства имеет несомненные преимущества над мелкой» [124].

Другая особенность кооперации заключается в том, что распределительные отношения тесно связаны с паевым взносом, что создает действительно экономические стимулы к более рентабельной и высокоэффективной деятельности. Кроме этого, ориентация на прибыль для кооператива как субъекта рынка создает необходимость участия в конкурентной борьбе, быть конкурентоспособным и проявлять предпринимательские навыки.

Для участников сельскохозяйственного производства кооперативные формирования важны, так как они через подобные формирования могут реализовать свои интересы, самостоятельно планировать свою деятельность и распоряжаться своими доходами. Участие в подобных формированиях позволит каждому из них получить определенную выгоду, которая может стать конкурентным преимуществом. В целом те отношения, которые складываются между участниками позволят каждому из них приобрести определенные конкурентные преимущества, которые в совокупности повысят конкурентоспособность кооперационного формирования.

В настоящее время перед агропромышленным производством стоит задача остановить спад производства в различных отраслях, особенно в животноводстве, стабилизировать и решить вопросы, связанные с импортозамещением. В решении этих проблем кооперация и кооперативные объединения могут сыграть одну из главных ролей.

В контексте нашего исследования предлагаем создать кооперативное объединение на уровне района. Такую систему предлагается организовать в Чегемском районе. Участниками кооперативного объединения могут быть сельскохозяйственные организации, крестьянские (фермерские) хозяйства, хозяйства населения и индивидуальные предприниматели. Интегратором

кооперативного объединения может выступить ООО «Молочник», который является объектом нашего исследования.

Обоснованием для создания подобного формирования в районе является то, что здесь проживает 68,9 тыс. человек, которые образуют 14893 домохозяйств, из них 10852 или 72,8% располагается в сельской местности. Территория района охватывает 12 населенных пунктов, в том числе один городской округ. Район имеет сельскохозяйственную специализацию. Сельскохозяйственные организации, крестьянские (фермерские) хозяйства и хозяйства населения содержат животных и занимаются выращиванием сельскохозяйственных культур. Общая численность поголовья скота составляет 32,3 тыс. голов, в том числе коров 16,3 тыс. голов. Надой молока по району составляет 3155 кг, уровень товарности – 68,3%. Большая доля продукции, которая выращивается в хозяйствах населения и часть продукции крестьянских (фермерских) хозяйств, особенно молока, идет на внутреннее потребление, с чем и связана его низкая товарность. Во всех населенных пунктах имеются торговые точки для реализации различных видов товаров.

Для домохозяйств участие в кооперативе позволит повысить товарность молока, станет дополнительным источником доходов. Возможным вариантом является получение готовой продукции домохозяйствами, в случае заключения давальческих договоров. К тому же предприятие-завод будет оказывать помощь поставщикам молока в ветеринарном обслуживании поголовья скота.

Реализация предложенной схемы формирования интегрированной структуры принесет каждому участнику определенную пользу. ООО «Молочник» может дополнительно закупить у населения 25-30 тыс. тонн молока, а домохозяйства получат прибавку к семейному бюджету.

Организация предполагаемого кооперативного формирования позволит ООО «Молочник» приобрести определенные конкурентные преимущества, которые заключаются в том, что, во-первых, появляется возможность создать надежную и устойчивую сырьевую базу. Как известно, сырье и сырьевая база

являются «слабыми» звеньями для перерабатывающих предприятий. В данном случае создаются условия для частичного или полного решения проблемы.

Во-вторых, так как район территориально расположен компактно, то транспортные издержки будут минимальными, среднее расстояние от сдатчика молока до завода составит от 8 до 12 км. То есть, предприятие может снизить свои общие издержки.

В-третьих, предприятие может получить качественное и натуральное сырье, из которого можно получить продукцию более высокого качества, чем у конкурентов. Реализация конкурентных преимуществ, которые появляются в результате создания предлагаемого объединения, позволит ООО «Молочник» повысить свою конкурентоспособность. Эти факторы являются обоснованием для выбора предприятием кооперативного формирования.

ООО «Молочник» можно отнести к малым предприятиям или к малым формам хозяйствования. Успешное развитие малых форм хозяйствования на базе кооперации позволит повысить уровень эффективности и конкурентоспособности продукции, при которых малый сельскохозяйственный бизнес станет высокорентабельным и доходным. При помощи малых форм хозяйствования на основе кооперации возникает возможность создания на сельской территории социально-экономической инфраструктуры, осуществляющей производственно-хозяйственное обслуживание малых форм хозяйствования, что позволит повысить объем производства продукции, и ее конкурентоспособность.

Реализация предложенной схемы развития позволит перевести предприятия из категории «малое» в «среднее», а в дальнейшем и «крупное». Малые формы ограничивают инвестиционные возможности перерабатывающих предприятий, с народнохозяйственных позиций они являются неэффективными, так как порождают за собой сложности, связанные с рациональным использованием сырья, материальных и трудовых ресурсов [39].

Кооперативные формирования могут создать условия для использования таких же технологий, какие применяются на предприятиях индустриального типа.

Как уже отмечено выше, слабым звеном для перерабатывающих предприятий является наличие или отсутствие стабильных поставщиков сырья. Все предприятия, которые занимаются переработкой, решают эту проблему по-разному. Существует много вариантов или способов создания стабильной сырьевой базы. Здесь могут быть различные формы контрактации или договорных форм, когда предприятие заключает договоры с физическими или/и юридическими лицами на поставку сырья, или предприятие создает собственное подразделение, которое занимается выращиванием или выработкой первичного материала. Предприятия могут устанавливать связи в форме кооператива или могут интегрировать другой субъект, являющийся источником сырья. Можно привести и другие варианты, их множество и каждый из них имеет свою специфику.

Другое слабое звено перерабатывающих предприятий заключается в том, что они должны реализовать свою продукцию, находить каналы сбыта. Здесь тоже существует множество вариантов, начиная с аренды помещений для продажи продукции, самостоятельной реализации или передачи товара индивидуальным предпринимателям. Все эти варианты высокзатратны и содержат в себе большой риск.

На наш взгляд, для повышения конкурентоспособности и получения конкурентных преимуществ хозяйствующими субъектами, а таковыми являются предприятия перерабатывающей отрасли, они должны создавать вертикально-интегрированные структуры или же войти в их состав. Особенностью таких структур является то, что они могут концентрировать вокруг себя предприятия различных отраслей и форм собственности, объединить в едином технологическом процессе производство, переработку и реализацию продукции.

По мнению К. Бородина, в условиях российской действительности вертикальная интеграция принимает форму отношений собственности и ее специфичность состоит в том, что выстраивается цепочка по принципу замкнутого цикла, при котором регулярные проблемы в одних звеньях будут в необходимой мере компенсированы в других [25].

Под вертикальной интеграцией понимается процесс производственного и организационного объединения предприятий, которые связаны между собой прямо или опосредованно в производстве, переработке, изготовлении и реализации продукции. В состав участников-структуры включаются субъекты, которые могут быть объединены в единую технологическую систему. В условиях вертикальной интеграции участники могут осуществлять единую политику в области цен, рекламы, маркетинга, разделения зон хозяйствования.

Несмотря на ряд сдерживающих факторов, вертикальная интеграция в условиях современного российского рынка является формой удержания конкурентоспособности, и такому способу отдают свое предпочтение многие хозяйствующие субъекты в разных регионах страны и в разных отраслях.

В условиях Кабардино-Балкарской Республики предлагается создать вертикально-интегрированную структуру в составе ОАО «Прохладненский хлебозавод», ООО «Мельница», Агрофирма «Роксана» ООО и коллективного хозяйства «Им. Петровых».

Сперва рассмотрим производственно-экономические показатели предприятий, которые могут быть участниками вертикально-интегрированной структуры. Начнем свой анализ с ОАО «Прохладненский хлебозавод», который занимается производством и реализацией хлебобулочных изделий.

Финансово-экономические показатели ОАО «Прохладненский хлебозавод» свидетельствует о том, что предприятие приближается к неблагоприятному состоянию. Многие показатели предприятия за 2015 год меньше или ниже предыдущих лет.

В частности, выпуск продукции снизился на 1,4% относительно 2014 года, при росте среднегодовой стоимости основных производственных фондов наблюдается снижение фондоотдачи, производительность труда не возрастает. Финансовые показатели также имеют тенденцию к снижению: коэффициент текущей ликвидности ниже оптимальных параметров почти в два раза. Активы

предприятия используются неэффективно, о чем свидетельствуют коэффициент их оборачиваемости и рентабельности активов.

Таблица 11. Производственно-экономические и финансовые показатели ОАО «Прохладненский хлебозавод»

		Ед. изм.	2013	2014	2015	2015 к, %	
						2013	2014
1	Выпуск продукции в действующих ценах	тыс. руб.	86639	85349	84168	97,1	98,6
2	Среднегодовая стоимость ОПФ	тыс. руб.	37960	40069	42072	110,8	104,9
3	Среднегодовая стоимость оборотных средств	тыс. руб.	20664	22007	22667	109,6	103
4	Среднесписочная численность персонала	чел.	176	173	171	97,1	98,8
5	Фондоотдача	руб.	2,28	2,14	2,00	87,7	93,4
6	Фондовооруженность труда	т.р./ч.	215,6	231,6	246,0	114,1	106,2
7	Производительность труда	т.р./ч.	492,2	493,3	492,2	100,0	99,7
8	Коэффициент оборачиваемости активов оборотных средств		2,59	2,55	2,34	90,3	91,7
9	Коэффициент текущей ликвидности		0,82	0,80	0,78	95,1	97,5
10	Рентабельность активов	%	4,4	3,2	2,9	-1,5	-0,3
11	Выручка от реализации продукции	тыс. руб.	112508	115432	118894	105,6	102,9
12	Полная себестоимость реализованной продукции	тыс. руб.	110543	113859	117396	106,1	103,1
13	Прибыль от реализации продукции	тыс. руб.	1974	1573	1498	75,8	95,2
14	Уровень рентабельности	%	1,7	1,4	1,3	-0,4	-0,1

Источник: расчеты автора по данным предприятия

В деятельности предприятия отмечается рост выручки от реализации продукции, но в тоже время происходит увеличение затрат на производство продукции. При этом темпы роста себестоимости реализованной продукции опережают темпы роста выручки от продаж. Такая тенденция приводит к уменьшению общего объема прибыли и уровня рентабельности предприятия.

ОАО «Прохладненский хлебозавод», который является системообразующим в перерабатывающем производстве, одним из источников налоговых поступлений для районного бюджета, решающий многие социальные вопросы, может оказаться в сложной экономической ситуации. В связи с этим необходимо выявить «узкие» места в деятельности предприятия и предложить выходы, которые позволили бы опередить возможные негативные факторы.

Оценка внутреннего состояния предприятия показывает, что здесь работает слаженный коллектив, организуют производство высококвалифицированные специалисты, имеется сеть торговых точек в разных районах республики, практикуется взаимодействие с крупными сетевыми торговыми компаниями.

Внешняя среда является менее благоприятной для деятельности предприятия, она сопровождается постоянным ростом цен на энергоносители, инфляцией издержек производства, поиском поставщиков сырья. Как раз последний пункт и является наиболее уязвимым местом для предприятия.

Расчеты, проведенные в процессе исследования, показали, что для ритмичной работы предприятию необходимо иметь в качестве сырья 7,5-8,0 тыс. тонн муки, но мука должна по содержанию клейковины и другим параметрам соответствовать определенным стандартам.

В настоящее время поставщиками сырья являются в основном предприятия Ставропольского края. По сравнению с местными производителями, сырье (мука), которое поставляется ими, является более дорогим, но более качественным. Наши расчеты показали, что транспортные расходы на доставку муки из Ставропольского края составляет существенную долю в структуре себестоимости продукции, да и сама мука дороже, чем на рынках Ставропольского края.

Стоимость сырья имеет четкую тенденцию роста, что оказывает негативное влияние на производственно-экономическую деятельность предприятия, оно не может пропорционально росту стоимости муки повышать цену своего конечного товара. Хлеб является социальным продуктом, органы власти всех уровней держат гласно или негласно цену хлеба под наблюдением. Безудержный рост цен на хлеб недопустим, так как это может привести к социальным катаклизмам.

Предприятие, для того чтобы сохранить цены на хлебобулочные изделия своего производства может пойти на снижение затрат на единицу продукции, хотя этим и так занимается. Такую политику можно приветствовать, но она кардинально не решает главную проблему. А заключается она в том, чтобы иметь стабильный, устойчивый и менее затратный источник сырья.

Для решения этих и других проблем предлагается в создаваемую вертикально-интегрированную структуру включить ООО «Мельница», которое занимается производством муки и располагается в том же районе, что и ОАО «Прохладненский хлебозавод».

ООО «Мельница» является коммерческим предприятием, которое занимается переработкой зерна, производством муки и побочных продуктов для животноводства. Мощности предприятия позволяют переработать 60 тонн зерна в сутки. Имеется зернохранилище на 1,5 - 2 тыс. тонн одновременного хранения. Предприятие перерабатывает зерно как юридических, так и физических лиц, может оказывать услуги в хранении зерна и приготовлении кормовых смесей для крупного рогатого скота. О производственно-экономическом состоянии ООО «Мельница» можно судить по таблице 12.

Производственно-экономические показатели ООО «Мельница» свидетельствуют о его низкой эффективности. В 2015 г. стоимость выпущенной продукции уменьшилась на 23 тыс. руб. по сравнению с 2013 г. Возросла среднегодовая стоимость производственных основных фондов, но уменьшилась фондоотдача. Рентабельность предприятия оставалась на относительно постоянном уровне, на этот показатель повлияло увеличение стоимости выпущенной продукции.

Среднегодовая численность работников оставалась на постоянном уровне и составила 10 человек.

Предприятие работает неритмично, деятельность носит сезонный характер, хотя располагает возможностями функционировать круглый год. Основными причинами низкой загруженности являются: недостаточное поступление зерна для переработки, отсутствие постоянных заказчиков, низкая доля населения,

которое может приобрести зерно для последующей переработки на муку или корм животным. Эти и другие проблемы не позволяют загрузить мощности предприятия более чем на 30-40%. ООО «Мельница» может решить эти вопросы, вступив в вертикально-интегрированную структуру с участием ОАО «Прохладненский хлебозавод».

Таблица 12. Производственно-экономические показатели ООО «Мельница»

		Ед. изм.	2013	2014	2015	2014 к, %	
						2013	2014
1	Стоимость выпущенной продукции	тыс. руб.	5674,5	5761,0	5651,5	99,6	98,1
2	Среднегодовая стоимость ОПФ	тыс. руб.	3250,3	3317,9	3384,2	104,1	101,9
3	Валовая прибыль	тыс. руб.	170,2	172,8	174,9	102,7	102,1
4	Среднесписочная численность персонала	чел.	9	10	10	111,1	100
5	Фондоотдача	руб.	1,74	1,73	1,66	95,4	95,9
6	Фондовооруженность труда	т.р./ч.	361,4	331,7	338,4	93,6	102
7	Рентабельность производства	%	4,9	5,3	5,1	+0,2	-0,2

Источник: расчеты автора по данным предприятия

Для организации предполагаемой вертикально-интегрированной структуры нужны поставщики зерна. В таком качестве могли бы выступить такие сельскохозяйственные организации как: Агрофирма «Роксана» ООО и коллективное хозяйство «Им. Петровых».

Рассмотрим производственно-экономические показатели этих предприятий по возделыванию и реализации озимой пшеницы.

Агрофирма «Роксана» ООО возделывает озимую пшеницу на больших площадях, но урожайность остается низкой по сравнению с потенциальными возможностями, которые могут давать современные сорта этой культуры. Валовой сбор увеличивается с каждым годом за счет расширения посевных площадей под эту культуру, также возрастают объемы реализации и вместе с этим повышается и уровень товарности. Основную часть прибыли предприятие

получает от реализации зерна, при этом ему приходится находить покупателей, которые давали бы более приемлемую цену.

Таблица 13. Производственно-экономические показатели по производству и реализации озимой пшеницы в «Агрофирме «Роксана» ООО.

		Ед. изм.	2013	2014	2015
1	Площадь возделывания зерна	га	2900	2600	2700
2	Урожайность	ц/га	21,8	26,4	27,3
3	Валовой сбор	т	6320	6870	7371
4	Реализовано зерна	т	3673	4409	4585
5	Уровень товарности	%	58,1	64,2	62,2
6	Выручка от реализации	тыс. руб.	22674	22339	25217
7	Себестоимость продукции	тыс. руб.	17601	19451	20586
8	Прибыль от реализации	тыс. руб.	5073	2888	4631
9	Рентабельность, %	%	28,8	14,8	22,5

Источник: расчеты автора по данным предприятия

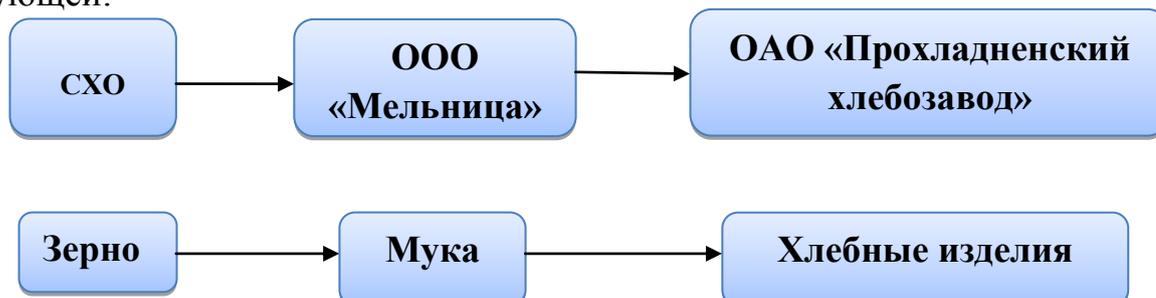
По сравнению с Агрофирмой «Роксана» ООО в коллективном хозяйстве «Им. Петровых» площади возделывания зерна и объемы валового сбора выше. Характерным признаком для обоих хозяйств, имеющих негативную особенность является низкая урожайность зерновых. Основной причиной низкой урожайности в этих сельхозорганизациях является нехватка финансовых средств для приобретения необходимой техники, семян, минеральных удобрений и средств защиты растений. Данную проблему они смогут частично решить став участниками вертикально-интегрированной структуры.

Исследование показало, что ОАО «Прохладенский хлебозавод» для ритмичной работы необходимо иметь 12,3-12,5 тыс. тонн зерна. Агрофирма «Роксана» ООО и коллективное хозяйство «Им. Петровых» располагают возможностями для поставки необходимого количества зерна хлебозаводу в нужном ассортименте.

Таблица 14. Производственно-экономические показатели по производству и реализации озимой пшеницы в коллективном хозяйстве «Им. Петровых».

		Ед. изм.	2013	2014	2015
1	Площадь возделывания зерна	га	6105	7694	7650
2	Урожайность	ц/га	16,1	18,5	20,2
3	Валовой сбор	т	13261	14251	15453
4	Реализовано зерна	т	6363	8036	9426
5	Уровень товарности	%	47,9	56,4	61
6	Выручка от реализации	тыс. руб.	24435	39737	40673
7	Себестоимость продукции	тыс. руб.	24669	29871	37036
8	Прибыль от реализации	тыс. руб.	-234	9866	3637
9	Рентабельность, %	%	-0,9	33,0	9,8

Примерная схема вертикально-интегрированной структуры будет следующей:



В результате функционирования в системе вертикально-интегрированной структуры каждый участник повысит свою производственно-экономическую эффективность, что может стать базой для повышения своей конкурентоспособности.

Таблица 15. Показатели предприятий до и после создания вертикально-интегрированных структур

Участники объединения	Показатели по предприятиям					
	До создания вертикально-интегрированной структуры			После создания вертикально-интегрированной структуры		
	Выручка, тыс. руб.	Прибыль, тыс. руб.	Рентабельность, %	Выручка, тыс. руб.	Прибыль, тыс. руб.	Рентабельность, %
ОАО «Прохладненский хлебозавод»	115432,0	1573,0	1,4	132746,0	3303	6,4
ООО «Мельница»	5761,0	170,2	5,2	17283,0	680,8	24,4
СХП	63012,0	6525	11,5	98400,0	24967,0	33,9

Источник: расчеты автора по данным предприятий

Как показывают данные таблицы 15, в результате вхождения в состав вертикально-интегрированной структуры экономические показатели участников возрастают. Если судить по конечному результату - рентабельности производственно-экономической деятельности, то после вхождения в состав структуры, ОАО «Прохладненский хлебозавод» может повысить ее с 1,4% до 6,4% или увеличить в 4,5 раз, ООО «Мельница» с 5,2% до 24,4% или в 4,7 раз, сельскохозяйственные предприятия с 11,5% до 33,9% или в 2,9 раз.

В результате создания вертикально-интегрированной структуры каждое предприятие получит определенные конкурентные преимущества, которые позволят им поднять уровень своей конкурентоспособности. ОАО «Прохладненский хлебозавод» будет иметь постоянный и устойчивый источник сырья, который будет по стоимости ниже, чем другие поставки. Это позволит предприятию снизить себестоимость продукции, повысить рентабельность и получить больше прибыли и все это без повышения цен на хлебобулочные изделия, что является важнейшим элементом. В итоге предприятие может

сэкономить на закупке муки от 12,0 до 14 млн. руб. Кроме этого, предприятие может увеличить свою долю на рынке хлебопродуктов, расширить рыночные сегменты, которые он занимает.

Для ООО «Мельница» конкурентные преимущества, которые предприятия приобретет от вхождения в создаваемую структуру состоит в том, что оно будет иметь постоянного потребителя продукции, сможет полностью загрузить свои мощности, расширить свою деятельность, реализовать новые инвестиционные проекты, диверсифицировать производство.

Конкурентные преимущества, которые приобретут сельскохозяйственные организация в составе вертикально-интегрированных структур состоит в том, что они будут иметь стабильный канал сбыта продукции, появиться стабильный источник пополнения оборотных средств, снижение издержек, связанных с хранением зерна. В целом каждый участник вертикально-интегрированной структуры приобретет конкурентное преимущество и повысит свою конкурентоспособность.

Необходимо отметить, что вертикально-интегрированная структура как способ повышения конкурентоспособности хозяйствующего субъекта (предприятие, фирма, компания) может сыграть важную роль. Кроме таких структур в экономической практике встречаются и другие формы, которые также могут быть эффективными как вертикально-интегрированные структуры. К таким формам относятся кластеры.

3.2. Кластерные формирования как механизм повышения конкурентоспособности предприятий перерабатывающей отрасли АПК

Современные модели организации функционирования хозяйствующих субъектов в рыночных условиях показывают, что наиболее эффективными формами выступают интегрированные структуры, которые формируются разными способами. Такой формой может выступить кластер.

Основоположником теории кластера и кластерной политики считается американский экономист М. Портер, хотя предпосылки кластерной теории встречаются и в работах А. Маршала, который показал, что преимущества, которыми обладают крупные компании, могут быть доступны и малым фирмам, если они будут расположены в том же регионе, что и крупная компания. Поскольку крупные предприятия нуждаются в большом количестве поставщиков и подрядчиков, то, по А. Маршалу, хозяйствующие субъекты и рабочая сила, которые здесь размещены, могут специализироваться на обслуживании какого-то сегмента крупного предприятия. То есть, происходит формирование своеобразного микрорынка вокруг данного предприятия.

По определению М. Портера, «кластер – это сконцентрированные по географическому признаку группы взаимосвязанных компаний, специализированных поставщиков, поставщиков услуг, фирм в соответствующих отраслях, а также связанных с их деятельностью организаций в различных областях, которые конкурируют между собой, но вместе с тем и ведущих совместную работу» [86].

По мнению М. Портера, когда одна или несколько фирм достигают конкурентоспособности на мировом рынке, то они способны распространять свое синергетическое влияние на ближайшее окружение, в число которых входят подрядчики, поставщики, потребители и конкуренты. Подобная группа

взаимодействующих фирм и предприятий совместно формируют кластер. Такая трактовка лежит в основе кластерной концепции М. Портера, который отмечает, что экономику следует рассматривать как систему кластеров, а не группирование предприятий по отраслям. Кластерный подход лучше согласовывается с характером конкуренции и источниками достижения конкурентных преимуществ, а также лучше, чем отрасли, охватывают важные связи, взаимодополняемость между отраслями, маркетинг, понимание требований заказчиков, распространение технологий, навыков и информации [120].

В экономической литературе приводится много определений понятия «кластер». В совокупности они дают идентичное толкование данного понятия. Оно сводится к тому, что кластер - это одно конкурентоспособное предприятие или сеть независимых производственных или сервисных фирм, которые являются создателями технологий и ноу-хау. Они взаимодействуют между собой посредством рыночных институтов, а также с потребителями, в результате которого создается единая цепочка стоимости. Отличительная особенность отдельных кластеров, имеется в виду производственных, состоит в том, что участники располагаются на одной географической территории.

По мнению ряда исследователей, географические границы кластера отражают экономические реалии и не обязательно совпадают с административными и страновыми границами. В то же время его формальные географические границы способствуют межличностным контактам и тесному взаимодействию агентов внутреннего рынка, стимулируют накопление социального капитала, критическая масса которого составляет фундамент инновационного развития [80].

Другая особенность кластера заключается в том, что участники интегрированы в рамках единой внутренней информационной среды и по отношению к внешней среде выступают как единая целостная система.

Вопросами кластерной организации экономики развитые страны стали заниматься, начиная с 90-х годов. В настоящее время кластерная стратегия является базовым элементом в экономической политике большинства стран мира.

Практика этих стран показывает, что кластерная технология позволяет обеспечивать быстрый и более дешевый доступ к новым технологиям, новому оборудованию, инфраструктуре, консалтингу, квалифицированным кадрам. Такие действия способствуют снижению транзакционных издержек, сдерживают повышение цен снабжающих организации, уменьшают затоваренность складов предприятий, содействует импортозамещению, способствуют адаптации предприятий к изменяющимся условиям рынка.

Участники кластерных формирований имеют возможности для накопления специализированной информации, при помощи которой облегчается движение информационных потоков и товаров, а также их взаимообмен. Получение и использование новой информации становится менее затратным.

Подбор участников происходит по принципу взаимодополняемости того вида деятельности, которым занимается кластер. Сюда могут включаться процессы по удовлетворению покупательского спроса, маркетинг, общие закупки, совместное использование инфраструктуры, то есть все действия и операции, которые позволяют повышать качество и эффективность работы.

Создание кластеров требует определенных теоретических разработок и практических действий. Формированию кластеров в различных отраслях экономики должны способствовать определенные условия, характеризующиеся наличием пяти принципиальных основ.

Одним из главных условий является существование в отрасли предприятий, которые являются конкурентоспособными не только на региональном уровне, но и на других уровнях. Предприятия – лидеры, которые осуществляют свою деятельность на основе долговременной хозяйственной стратегии, уделяют много внимания инновационной составляющей, маркетинговым исследованиям и подготовке кадров.

Второй аспект основ составляет присутствие в регионе определенных условий, которые придают кластеру конкурентное преимущество. К ним можно отнести наличие масштабной сырьевой базы, выгодное географическое положение по отношению к транспортным магистралям и логистике в целом,

специализированных учебных заведений и образовательных программ по подготовке необходимых кадров, институтов и исследовательских центров, проводящих НИОКР, поставщиков комплектующих и другого оборудования, кредитных организаций, а также необходимой инфраструктуры.

В – третьих, кластеры могут быть эффективными, если участники располагаются в одной географической зоне, близко расположены друг с другом, имеют возможность для компактного взаимодействия.

Четвертый аспект связан с необходимостью наличия «критической массы», которая может запустить процесс получения конечной продукции, но в этом процессе должны принимать непосредственное или косвенное участие все участники.

В – пятых, внутри кластера могут быть установлены горизонтальные и вертикальные связи, осуществляться взаимодействие не только с главным интегратором-лидером, но и между другими участниками.

Приведенные аспекты формирования кластеров характерны для всех отраслей экономики, они являются базовыми основами для всех видов кластеров. В зависимости от отрасли, где эти кластеры будут создаваться, базовые основы могут быть расширены или, наоборот, уменьшены. Рассмотрим этапы, через которые нужно пройти прежде, чем будет создан кластер в агропромышленном комплексе.

На первом этапе, на основе существующих методик или ранее проведенных исследований, определяется в каких отраслях АПК региона возможно формирование кластеров. Наличие определенных условий, уникальных конкурентных преимуществ позволяют выявить возможность формирования кластера.

На втором этапе проводится производственно-экономический анализ отраслей, в которых имеются перспективы по созданию кластера, возможность применения кластерной технологии, рост или стабильность производства, прибыльность и рентабельность отрасли.

В ходе третьего этапа выявляются предприятия-лидеры, которые могут быть основными интеграторами, ядрами кластера. Такие предприятия должны характеризоваться наличием высоких количественных показателей, значительными объемами выпуска конкурентоспособной продукции и большими размерами экспортных поставок, способностью выполнять свои финансовые обязательства, стабильным и высококвалифицированным кадровым составом.

Можно отметить, что кластер входит в класс интегрированных формирований, но он принципиально отличается от других интеграционных форм объединения тем, что создает вокруг себя рыночную «атмосферу», тем самым погружает участников в микрорыночную внутреннюю среду, границы которой очерчиваются границами участников кластера. Взаимоотношения между членами кластерами строятся на основе «мягкой» конкуренции, то есть конкуренция не отменяется, но борьба идет не на уничтожение, а на доброжелательном соперничестве, порой на помощи друг другу. На создаваемом кластером конкурентном поле, каждый участник является полноценным игроком, безотносительно того, какая у него организационно-правовая форма.

Признаком принадлежности различных субъектов к одному кластеру является использование ими общей рыночной инфраструктуры, наличие общих деловых партнеров, проведение совместных научных исследований, подготовка кадров, которые могут использовать свою специализацию на разных предприятиях кластера.

На четвертом этапе определяются возможности для установления вертикальных и горизонтальных взаимосвязей не только с ядром кластера, но и между другими участниками. Главная задача этапа - установление таких взаимосвязей, которые позволят формировать конкурентные преимущества.

На пятом этапе устанавливается картографическая основа кластера, определяется ресурсное состояние территории, охваченной кластером.

В процессе шестого этапа, при помощи различных методов, проводится комплексный анализ конкурентных преимуществ кластера, определяются слабые

и сильные стороны, преимущества и недостатки. На основе подробного анализа подготавливаются управленческие решения, намечаются стратегические цели.

На последнем, седьмом этапе разрабатываются стратегические планы по развитию кластера и принимаются управленческие решения по их реализации.

Приведенная разбивка формирования кластера по этапам является условной и схематичной. В практической деятельности при создании кластера могут использоваться и другие элементы, в конкретных условиях возможны разные варианты, они зависят от того, где создается кластер, кто является инициатором, какими ресурсами располагает. Надо подчеркнуть, что четко установленных схем создания кластеров нет. Формирование каждого зависит от конкретной обстановки, и двух совершенно идентичных кластеров даже в одной отрасли встретить трудно. Каждый кластер характеризуется своими особенностями, своими способами функционирования и своими методами управления.

Кластеры и кластерные формирования могут быть достаточно эффективными инструментами по развитию аграрного сектора на региональном и районном уровне. Взаимосвязь различных производственных структур посредством формирования устойчивых вертикальных и горизонтальных связей, использование потенциала и принципов партнерства государства и частного бизнеса, современных информационных технологий, инновационных подходов позволит агропромышленному комплексу достичь конкурентного уровня развития производства.

Как известно, решение вопросов продовольственного обеспечения населения продуктами питания зависит от устойчивого функционирования агропромышленного комплекса. Для этого необходима модернизация промышленности и сельского хозяйства, внедрение энергосберегающей техники и технологии, инновационное развитие отраслей, активизация интеллектуальных ресурсов, оптимальное сочетание рыночных механизмов и государственного регулирования экономики. Эти и другие факторы могут быть использованы в рамках кластерного подхода.

При создании агропромышленного кластера на уровне района или региона, как отмечено выше, необходимо определить те предприятия, которые могут выступить в качестве ядра кластера. Необходимо обратить внимание на возможности предприятия по экспортированию своей продукции за пределы региона, занимать устойчивую конкурентную позицию на отраслевом рынке, быть успешным и эффективным. Кроме того, надо уточнить, могут ли такие предприятия способствовать развитию других участников кластера, в первую очередь сельскохозяйственных организаций.

При формировании кластера в сфере производства продовольствия преследуется совокупность целей, в том числе создание условий для внедрения в производство научно-обоснованных и технологически реализуемых инновационных решений, использование различных механизмов для технического перевооружения участников кластера и привлечения инвестиций. Кластер как интегрированная форма взаимодействия предприятий продовольственной сферы, должен обеспечить повышение конкурентоспособности участников, находить и развивать конкурентные преимущества членов объединения.

В тоже время инновационная платформа позволит обеспечить устойчивое развитие предприятий кластера и повысить их конкурентоспособность не только на региональном рынке, но и за его пределами. Тем самым реализуется основное предназначение кластера как инструмента повышения конкурентоспособности предприятий, формирующих кластер. Концентрация вокруг кластера инновационных, финансовых, технологических и трудовых ресурсов позволит обеспечить экономический рост и повышение конкурентоспособности предприятий агропромышленного комплекса региона.

В организационном плане основным преимуществом кластера является возможность создания взаимодополняющих систем, когда одни части или подразделения предприятия дополняют общую структуру, становясь звеном в общей системе.

В агропромышленном комплексе Кабардино-Балкарской Республики кластерные технологии наиболее эффективно можно реализовать в перерабатывающей отрасли. Предприятия отрасли могут выступать в качестве интеграторов. Перспективным является создание консервного кластера на основе ООО «Агро-Инвест».

Консервный завод ООО «Агро-Инвест» образован в 2005 году, предприятие входит в состав группы компаний «Агро» и является одним из ведущих поставщиков консервной продукции на территории Российской Федерации.

Предприятие оснащено современным технологическим оборудованием ведущих мировых производителей (Италия, Германия, Венгрия). Оно сотрудничает с известными компаниями и торговыми сетями, такими как: «Пятерочка», «Соррдо», «Помидорка», «4 сезона», «6 соток», «Скатерть-самобранка», «Огородников».

В ассортимент выпускаемой продукции входят ассорти овощные разных видов, огурцы и томаты консервированные, перец маринованный, томатная паста, зеленый горошек, лечо, томаты в собственном соку, фасоль консервированная. Вся продукция изготавливается в соответствии с ГОСТом, без консервантов, красителей и стабилизаторов, максимально приближена по вкусовым качествам к домашней консервации и упаковывается в жестяные и стеклянные банки.

Предприятие имеет собственную сырьевую базу, огурцы и томаты выращиваются на шпалерах с использованием системы капельного орошения. Для повышения эффективности уборочного процесса и урожайности, получения качественного сырья применяется немецкая технология выращивания огурцов «в расстил». Подобные мероприятия позволяют получить качественное сырье для дальнейшей переработки, но получаемые объемы недостаточны для полной загрузки имеющихся мощностей.

Предприятие осуществляет свою деятельность по принципу замкнутого производственного цикла - от выращивания и переработки овощей, до реализации готовой продукции. Наряду с производством широкого ассортимента консервированных овощей, непосредственного выращивания и уборки сырьевого

материала с использованием принадлежащей сельскохозяйственной техники импортного производства, переработку совершает с применением современных безотходных технологий.

Для диверсификации производства продукции и дальнейшего наращивания его объемов группа компаний «Агро» ввела в эксплуатацию новый консервный завод ООО «Зеленая компания». Он оснащен современным оборудованием для консервирования зеленого горошка, фасоли и сладкой кукурузы. Продукция упаковывается в жестяные банки лучших мировых производителей. Для обеспечения предприятия собственным сырьем оно располагает земельной площадью в размере 3400 гектаров, на которых выращиваются зеленый горошек, фасоль и сахарная кукуруза. Производственные мощности предприятия позволяют выработать 120 млн. условных банок в год.

В ходе нашего исследования будем рассматривать завод ООО «Зеленая компания» как составная часть или как подразделение ООО «Агро-Инвест». Производственно-экономические показатели единого предприятия представлены в таблице 16.

Производственно-экономические показатели деятельности ООО «Агро-Инвест» свидетельствуют о том, что предприятие развивается поступательно, но в тоже время имеет место некоторый спад по отдельным индикаторам. Так, в 2015 году объемы производства продукции в натуральном выражении уменьшились относительно предыдущего года на 1,2%, хотя объем товарной продукции за этот же период вырос на 6,4%.

У предприятия имеются проблемы по использованию производственных мощностей, загрузка производственного оборудования по существу остается на одном и том же уровне.

Финансово-экономические показатели предприятия находятся на удовлетворительном уровне, оно располагает достаточными финансово-материальными ресурсами и оборотными средствами для исполнения своих обязательств перед налоговой службой, кредитными и другими организациями. Об этом свидетельствуют масштабы налоговых отчислений, которые с каждым

годом возрастают, в 2015 году относительно 2013 года, они возросли в 15,2 раза и составили 21,3 млн. руб.

Таблица 16. Основные показатели производственно-экономической деятельности ООО «АГРО - Инвест»

Показатель	2013	2014	2015	2015, %	
				2013	2014
Объем производства продукции в натуральном выражении, млн. у. б.	118,8	121,3	119,9	100,9	98,8
Использование производственных мощностей, %:	83	82	84	101,3	102,7
Объем товарной продукции, млн. руб.:	838,8	1346,6	1432,9	170,8	106,4
Выручка от реализации продукции, (товаров, работ и услуг), млн. руб.	284,7	356,5	367,3	129,0	103,0
Себестоимость реализованных продукции (товаров, работ и услуг), млн. руб.	259,8	328,9	334,5	128,7	101,7
Прибыль от реализации продукции (товаров, работ и услуг), млн. руб.	24,9	27,6	32,8	131,7	118,8
Рентабельность реализации, %	9,6	8,3	9,8	+0,2	+1,5
Сумма уплаченных налогов, млн. руб.	1,4	6,5	21,3	15,2	3,3
Среднесписочная численность работников, чел.	383	472	480	125,3	101,6
Производительность труда, тыс. руб/чел.	743,3	755,3	765,2	102,9	101,3

Источник: расчеты автора по данным предприятия

За исследуемый период выручка от реализации продукции на ООО «Агро - Инвест» имела тенденцию роста. В 2015 году она увеличилась на 29% по отношению к 2013 году. Этому способствовало ввод в эксплуатацию нового оборудования для производства консервированного зеленого горошка, сладкой кукурузы и фасоли и начала реализации выработанной продукции. Относительно 2014 года выручка от продаж возросла на 3% или 10,7 млн. руб.

Общие затраты на производство продукции за каждый год исследуемого периода возрастали. Выручка от продаж и прибыль от реализации также имели тенденцию роста. Необходимо отметить, что на предприятии высокий удельный вес затрат на непредвиденные обстоятельства и управленческие расходы.

Прибыль от продаж ООО «Агро - Инвест» за 2015 год выросла на 18,8% по сравнению с годом ранее. Получаемая прибыль от продаж и чистая прибыль позволяют предприятию инвестировать значительные ресурсы на модернизацию и реконструкцию оборудования, закупать современные технологические линии по консервированию овощей, стимулировать работников.

Уровень рентабельности от реализации продукции в 2015 году составил 9,8%. Хотя такой уровень рентабельности не является оптимальным, тем не менее, позволяет предприятию организовать производство на основе расширенного воспроизводства.

Проводимая менеджментом деятельность способствует слаженной работе коллектива, основу которого составляют профессионалы с опытом работы в отрасли, которые производительно могут использовать иностранную технологию. Здесь происходит постоянное совершенствование системы мотивации работников, структура управления на каждом участке построена таким образом, что каждый исполнитель несет максимальную ответственность. Осуществляемые меры способствуют сохранению стабильной численности работников, которая составляет 475-490 человек, фондовооруженность и производительность труда которых с каждым годом увеличивается. По сравнению с 2013 годом в 2015 году выработка на одного работающего увеличилась и составила 765,2 тыс. руб.

Анализ производственно-экономических показателей и само материально-техническое состояние ООО «Агро - Инвест» показывает, что по критериям, которые были обозначены выше для создания кластера вполне подходит. Предприятие может выступить интегратором и стать ядром консервного кластера, который возможно создать в условиях Кабардино-Балкарской Республики.

Кластерные формирования функционируют эффективно в том случае, когда научные и образовательные учреждения входят в их состав. В КБР академическая и отраслевая наука в кластере может быть представлена Кабардино-Балкарским государственным аграрным университетом им. В.М. Кокова, Кабардино-Балкарским научно-исследовательским институтом сельского хозяйства, опытно-

производственными хозяйствами, а также и семеноводческими хозяйствами республики.

Подготовку специалистов для кластера могут осуществить сельхозтехникумы, действующие практически во всех муниципальных образованиях республики, а также крупные вузы.

Банковская и консалтинговая инфраструктура, которая будет обслуживать предлагаемый кластер, может быть представлена следующими организациями: «Россельхозбанк», коммерческие банки, аудиторские фирмы, осуществляющие управленческий консалтинг и аудиторские проверки субъектов агропромышленного комплекса.

Предлагаемая структура овощеконсервного кластера на базе «Агро-Инвест» представлена на рисунке 1.

Основным мотивом вхождения в кластер является приобретение определенных конкурентных преимуществ, которые впоследствии позволят повысить конкурентоспособность предприятия. Эффективное функционирование кластера в большей степени зависит от тех взаимосвязей, которые складываются во внутренней среде кластера. Эти взаимосвязи должны сделать участников кластера более эффективными по сравнению с предприятиями, которые остаются самостоятельными субъектами рынка, вести к поиску более совершенных методов организации производства.

В мировой практике можно найти много примеров эффективного функционирования кластеров в различных отраслях экономики, общий вывод, который можно сделать по результатам их деятельности состоит в том, что такое объединение или такая интеграция дает синергетический эффект, позволяет повысить производительность всех ресурсов, снизить транзакционные издержки, и что самое главное - повысить конкурентоспособность участников кластера и самого кластера в целом.

Анализ практики функционирования регионов показывает, что наиболее успешными являются те, где имеется сеть кластеров, они же (регионы) имеют более высокие показатели по уровню и качеству жизни населения.

Предлагаемый овощеконсервный кластер по возделыванию и глубокой переработке овощной и другой продукции в Кабардино-Балкарской Республике способен стать центром экономического роста регионального значения.

Исходя из проведенного анализа состояния производственно-экономической деятельности не только ООО «Агро-Инвест», но и других предприятий отрасли приходим к выводу, что для повышения конкурентоспособности, приобретения конкурентных преимуществ, создания условий для дальнейшего развития пищевой и перерабатывающей промышленности республики необходимо:

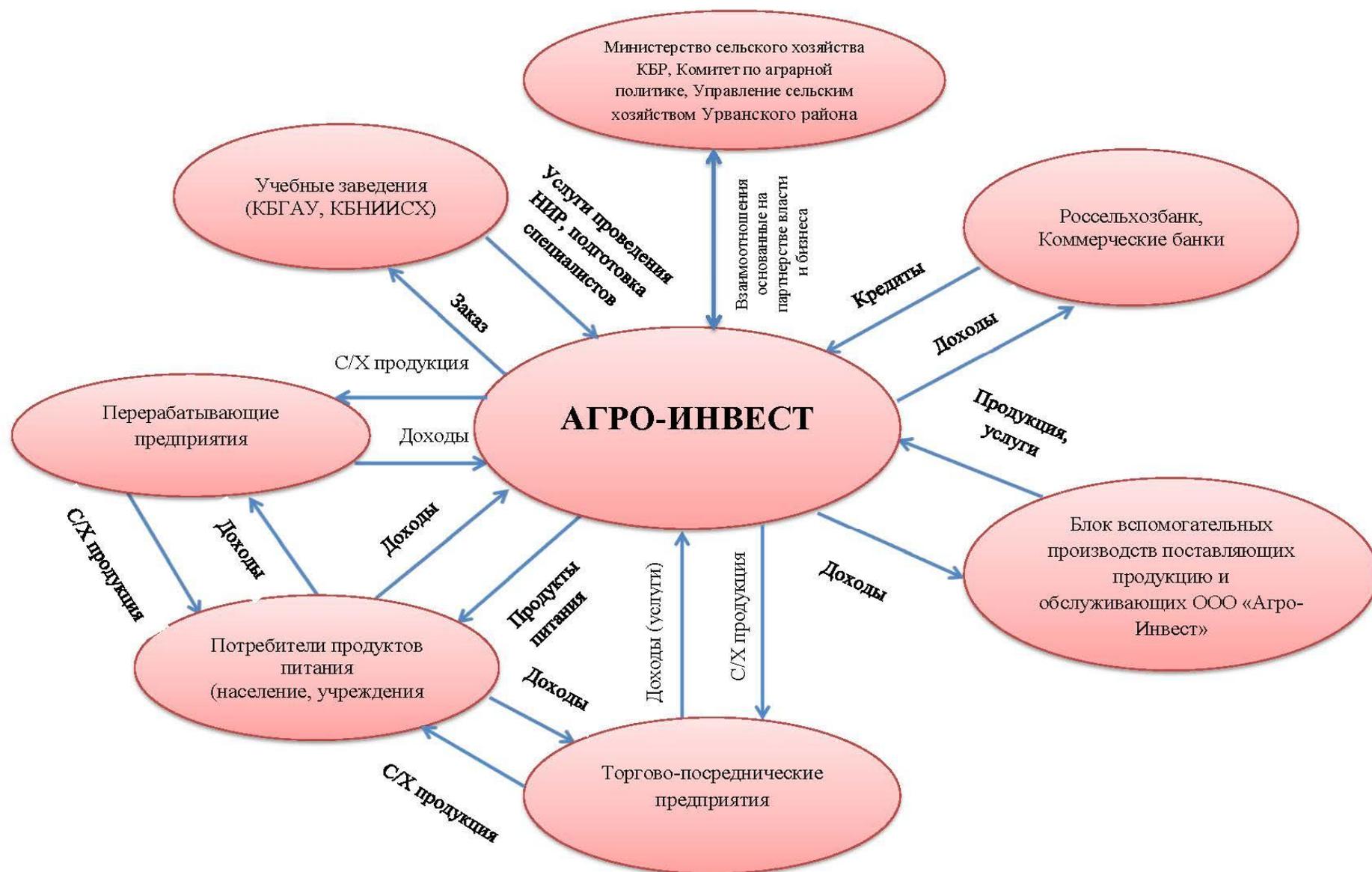
- продвижение и внедрение инновационных технологий с целью увеличения объемов производства продукции и обеспечения сырьем;
- увеличение мощностей по хранению и переработке продукции;
- строительство плодоовощехранилищ, оборудованных по европейским нормам;
- строительство логистических центров и оптово-распределительных пунктов;
- строительство современных тепличных комплексов для круглогодичного производства продукции;
- развитие модульного тепличного овощеводства на базе личных подсобных и крестьянских (фермерских) хозяйств.
- техническое перевооружение на базе современных инновационных и высокотехнологичных производств;
- подготовка и переподготовка кадров новой формации;
- научное сопровождение инновационных проектов и бизнес-процессов в пищевой и перерабатывающей промышленности;
- формирование вертикально-интегрированных структур;
- создание кооперативных формирований;
- создание кластеров в различных отраслях.

Стратегическая цель, стоящая перед предприятиями пищевой и перерабатывающей промышленности республики состоит в обеспечении своей

высокой конкурентоспособности, которая позволит, гарантировано участвовать в и устойчивом снабжении населения не только республики, но и регионов страны безопасным и качественным продовольствием. Залогом достижения цели является повышение конкурентоспособности предприятий АПК республики на основе использования интегрированных структур.

Кабардино-Балкарская Республика по своему природно-климатическому потенциалу является одним из наиболее благоприятных субъектов России для развития пищевой и перерабатывающей промышленности, что позволяет говорить о целесообразности ее дальнейшего интенсивного развития.

Рисунок 1. Модель овощеконсервного кластера на базе ООО «Агро-Инвест»



3.3. Развитие системы управления конкурентоспособностью перерабатывающих предприятий АПК КБР

В современных, динамично развивающихся, рыночных условиях степень неопределенности экономического поведения предприятия достаточно высока. В связи с этим большое значение приобретают методы обоснования и анализа принимаемых управленческих решений, направленных на повышение управления конкурентоспособностью предприятия.

Понятие «управление конкурентоспособностью предприятия» является сложной экономической категорией. Его содержание проявляется в целенаправленном процессе, характеризующемся комплексностью и системностью, направленный на поиск, обновления и развития конкурентных преимуществ предприятия.

По мнению Р. Мансурова, управление конкурентоспособностью предприятия - «это деятельность, направленная на формирование управленческих решений, которые, в свою очередь, должны быть направлены на противостояние всевозможным внешним воздействиям и достижение лидерства в соответствии с поставленными стратегическими целями» [66]. Определение, которое дает Р. Мансуров управлению конкурентоспособностью предприятия, носит общий характер.

Более развернутое определение управлению конкурентоспособностью предприятия дает Д. Неуймин. Он отмечает, «управление конкурентоспособностью можно охарактеризовать как непрерывный процесс воздействия субъекта управления (управляющей подсистемы) на факторы функционирования управляемой подсистемы с целью формирования и удержания конкурентных преимуществ, обеспечения конкурентоспособности. Обладать концептуальной конкурентоспособностью означает не просто осмысленно

работать на рынке, хорошо представляя себе интересы партнеров и конкурентов, но и знать пути максимально эффективной реализации своих фундаментальных специфически конкурентных преимуществ (как реальных, так и потенциальных)» [76].

По нашему мнению, под управлением конкурентоспособностью предприятия следует понимать непрерывный процесс целенаправленного воздействия на все сферы деятельности предприятия, способствующие формированию и укреплению конкурентных позиций предприятия на рынке. Управление конкурентоспособностью предприятия сводится к формированию конкурентных преимуществ во всех аспектах деятельности предприятия.

Быстрая изменчивость внешней среды, непредсказуемость и временные кризисы – неполный перечень негативных моментов, которые сопровождают деятельность предприятий аграрной сферы. Эти условия вызывают необходимость появления новых подходов и методов управления конкурентоспособностью. Известно, что конкурентоспособность не является постоянной величиной, поэтому методы, по которым она оценивается, имеют определенные ограничения по их применению.

В экономической литературе и на практике не предлагаются универсальные методы, которые годились бы каждому предприятию для управления своей конкурентоспособностью. Наоборот, исходя из складывающейся ситуации, им приходится адаптировать свою систему и структуру управления к условиям, в которых приходится функционировать.

В системе управления конкурентоспособностью предприятия выделяют три иерархических уровня управления: стратегическое, тактическое и текущее.

Стратегическое управление осуществляется высшим руководством предприятия, и оно направлено на долгосрочные перспективы развития. Основная цель, которая преследуется, состоит в том, чтобы формировать, поддерживать и развивать существующие и возможные конкурентные преимущества. Суть стратегического конкурентного преимущества заключается в том, чтобы эти преимущества предприятия были устойчивыми во времени и носили

долгосрочный характер. Одним из показателей наличия стратегических преимуществ является увеличение рыночной доли предприятия на рынке и возможности расширения географии продаж. Стратегическое управление является неотъемлемым фактором успешного развития предприятия и приобретения конкурентных преимуществ в соперничестве с другими хозяйствующими субъектами.

Тактическое управление конкурентоспособностью предприятия осуществляет реализацию положений, которые обозначены в стратегическом управлении. Оно состоит из совокупности видов, приемов и методов конкурентной борьбы, которые выбирает и практически реализовывает предприятие в своем соперничестве с конкурентами, и с помощью которых осуществляется конкурентная стратегия. В число способов включаются экономические, организационные и научно-технологические факторы, позволяющие хозяйствующим субъектам - предприятиям добиваться высокой эффективности использования имеющихся ресурсов и на этой основе реализовывать конкурентные преимущества. Итоги предпринимаемых мер должны привести к конкурентным преимуществам, которые будут вызывать хоть и ограниченное, но растущее внимание со стороны внешнего окружения предприятия, приобретающее устойчивость во времени и в отношении которого у конкурентов не будет возможности его превзойти.

Текущее управление характеризуется непрерывным осуществлением процессов, связанных с решением текущих задач, которые должны обеспечить конкурентоспособность предприятия. Кроме того, текущее управление конкурентоспособностью должно предполагать проведение конкурентного маневрирования, представляющего собой комплекс мер, разрабатываемых и осуществляемых для устранения непредусмотренных ранее диспропорций.

Как известно, процесс управления конкурентоспособностью предприятия, как и управление, любым другим объектом, носит относительно замкнутый характер. Осуществление каждой сферой управления конкурентоспособностью предприятия соответствующих функций - определение и постановка цели,

принятие решения, планирование, организация, регулирование и контроль, исходя из выбранных видов и методов конкурентной борьбы в рамках, разработанных стратегического и других видов управления должны способствовать выявлению и реализации конкурентных преимуществ, стабильному развитию предприятия в долгосрочной перспективе.

Во вторую группу включаются следующие виды управления: производственно-экономическое, организационно-экономическое финансово-экономическое. Предлагаемая классификация наиболее подробно исследована Р. Мансуровым, который к основным задачам производственно-экономического управления конкурентоспособностью предприятия относит [67]:

- управление развитием производства, заключающееся во внедрении в ассортимент выпускаемой продукции новых, более совершенных изделий, повышении их качественных и потребительских характеристик, в реализации более совершенных технологий изготовления продукции;
- обеспечение более производительного использования технических средств и существующих производственных площадей;
- осуществление энергосберегающих действий;
- увеличение производительности труда всего персонала, в том числе и вспомогательного;
- уменьшение всех видов производственных затрат;
- планирование, учет и нормирование основных операций и хода производства всей номенклатуры выпускаемой продукции;
- оперативно-технологическое регулирование и технологическая подготовка производства продукции;
- управление движением всех материальных потоков и технологических операций по всем этапам производства продукции, включая складирование;
- диагностирование и контроль технического состояния оборудования, своевременный ремонт и его техническое обслуживание.

Организационно-экономическое управление конкурентоспособностью предприятия включает в себя:

- подбор форм организации управления производственными процессами;
- уточнение назначения каждой части структуры, которые необходимы для организации функционирования предприятия;
- создание современной организационно-экономической структуры управления предприятием;
- определение круга обязанностей каждого сотрудника и подразделения предприятия;
- установление связей между структурными подразделениями предприятия, организация их эффективного взаимодействия;
- организация необходимой согласованности и координации действий подразделений предприятий;
- обучение и ротация персонала;
- упорядочивание и уточнение должностных обязанностей работников;
- контроль функционирования подсистем управления предприятием и оценка эффективности его подразделений;
- продвижение продукции к потребителю и стимулирование мероприятий по маркетингу и рекламе;
- организация эффективного взаимодействия с поставщиками сырья, материалов, комплектующих, потребителями продукции, источниками финансирования предприятия;
- постановка задач перед предприятием, отдельными цехами и службами, с указанием ответственных исполнителей на предстоящий период;
- организация контроля за качеством продукции, снижения себестоимости продукции и увеличения производительности труда;
- уточнение источников финансирования в составе: фонда развития производства, кредитов банков, фонда освоения новой техники, привлечения средств путем выпуска акций;
- разработка мер по стимулированию и поощрению работников предприятия;

К главным задачам финансово-экономического управления конкурентоспособностью предприятия относятся:

- реализация мероприятий по повышению конкурентоспособности продукции;
- мониторинг состояния конкурентоспособности предприятия;
- обоснование целесообразного соотношения постоянных и переменных затрат в себестоимости каждого вида номенклатуры выпускаемой продукции, объема ее выпуска и цен, при которых достигается безубыточность и необходимая прибыльность их производства и сбыта;
- использование энергосберегающей техники;
- выявление факторов, обеспечивающих безубыточность предприятия, определение внутренних количественных взаимосвязей, формирующих прибыльность, самоокупаемость и самофинансирование производства;
- обоснование условий выпуска продукции, при которых достигается необходимая прибыльность производства каждого вида номенклатуры продукции;
- выявление наиболее рациональной технологии производства продукции, обеспечивающие наивысшую экономическую эффективность;
- применение наиболее лучших форм специализации и кооперации производства продукции;
- обеспечение экономической эффективности функционирования предприятия на основе равновесного выпуска продукции различной номенклатуры;
- обоснование наиболее рационального варианта оснащения технологического процесса техническими средствами;
- разработка эффективных инвестиционных проектов с учетом задач модернизации оборудования, реконструкции технологии, обновления номенклатуры выпускаемой продукции;

- с учетом имеющихся ограничений на материальные, финансовые, трудовые ресурсы и располагаемых мощностей предприятия подготовка и обоснование решений по ассортименту и объему выпуска продукции;

- количественное качественное обоснование резервов, которые могут быть использованы для повышения экономической эффективности производственной деятельности предприятия;

- выбор наиболее приемлемой формы ценообразования выпускаемой продукции;

- разработка мероприятий по оптимизации качества продукции;

- оценка способов применения материальных ресурсов;

- разработка мероприятий по уменьшению энергоемкости и материалоемкости выпускаемого товара, снижению издержек на материальные блага;

- определение показателей рентабельности производства и оборачиваемости капитала, оценка хозяйственной деятельности и финансового состояния предприятия;

- разработка предложений по уменьшению трудоемкости каждого вида номенклатуры продукции;

- обоснование форм распределения прибыли по фондам потребления и накопления;

- технико-экономическое обоснование и разработка перспективных и текущих планов производственной и финансовой деятельности предприятия;

- разработка инвестиционных планов, включающих внедрение новой техники, объемы капитальных вложений, оборудование по техническому развитию;

- формирование перспективного финансового плана на среднесрочный и краткосрочный финансовый период;

- организация перспективного, среднесрочного и текущего планирования хозяйственной деятельности;

- организация учета и контроля экономической и производственной деятельности по видам продукции и предприятию в целом;

- разработка мероприятий по созданию новых нормативов по материальным, финансовым и трудовым издержкам, корректировка существующих.

Управление, как способ достижения определенных целей, оценивается различными методами. Наиболее трудным является количественная оценка результативности управления. На некоторых предприятиях и компаниях в качестве способа оценки управления берут показатель отношения полученного в ходе осуществления хозяйственной деятельности коммерческого результата к стоимости вовлекаемых в производственный оборот ресурсов.

Коммерческий результат, как правило, наиболее полно и точно характеризуется размером выручки от реализации продукции (услуг). При общей оценке любого хозяйствующего субъекта именно объем выручки от продаж считается наиболее значимым для оценки деловой активности предприятия. Стоимость ресурсов, которые используются в хозяйственном обороте, традиционно приравнивается к стоимости активов предприятия. Исходя из этого при оценке деловой активности, отражающей эффективность управленческой службы на предприятии, можно использовать показатель фондоотдачи его активов, который определяется отношением выручки от реализации продукции (работ, услуг) к сумме среднегодовой стоимости производственных фондов и среднегодовой стоимости остатка оборотных средств.

$$\text{ФО} = \text{ДВ} : \text{СОФ} + \text{СОС};$$

где,

ФО – фондоотдача;

ДВ – выручка от реализации продукции (работ, услуг);

СОФ – среднегодовая стоимость основных производственных фондов;

СОС – среднегодовой остаток оборотных средств.

Для комплексной оценки эффективности управления предприятием используется такой показатель как отношение прибыли к выручке от реализации продукции (работ, услуг) без НДС и результатов прочей реализации и внереализационных операций.

Эффективность управления можно оценить по следующей формуле:

$$\text{КЭУ} = \text{ПР} : \text{ДВ};$$

где,

КЭУ – эффективность управления;

ПР – прибыль от реализации продукции;

ДВ – выручка от реализации продукции (работ, услуг).

Для выяснения и уточнения состояния управления конкурентоспособностью предприятий и проверки точности предлагаемого методического инструментария в качестве объекта исследования будем использовать предприятия молочно перерабатывающей отрасли КБР.

Таблица 17. Состояние управления конкурентоспособностью предприятий перерабатывающей отрасли Кабардино-Балкарской Республики

Предприятие	2012		2013		2014	
	КЭУ	ФО	КЭУ	ФО	КЭУ	ФО
ООО «Нальчикский молочный комбинат»	0,5	2,7	0,9	2,3	4,3	11,4
ООО «Молочник»	0,7	4,2	1,5	7,6	1,9	8,3
ООО «МК Светловодский»	0,5	2,5	1,2	9,8	1,6	9,9
ООО «Карагачский молокозавод»	0,4	2,2	0,3	2,6	0,3	4,3

Источник: расчеты автора по данным предприятий

По предлагаемым коэффициентам определения состояния управления конкурентоспособностью предприятий наиболее высокие результаты показывает ООО «Нальчикский молочный комбинат», у которого более эффективная структура управления и более квалифицированный менеджмент, особенно выделяются специалисты отдела маркетинга и рекламы. За ним следует ООО «МК Светловодский», который производительнее использует основные и оборотные средства на предприятии, цеха и подразделения возглавляют опытные специалисты, имеющие богатый опыт и большой стаж работы в отрасли. На третьем месте находится ООО «Молочник». На этом предприятии еще не закончился этап полного становления, и оно находится в поиске наиболее оптимальной структуры управления и организации работы подразделений.

ООО «Карагачский молокозавод» не новичок на рынке молочной продукции, тем не менее, у предприятия все еще сохраняется старая структура управления, которая характеризуется неповоротливостью и переизбытком управленческих кадров.

Выводы, которые сделаны по этим предприятиям, основаны на непосредственном обследовании этих предприятий. Надо отметить, что показатели, при помощи которых оценивается система управления конкурентоспособностью, дают адекватную картину состояния управления на этих предприятиях.

Процесс управления конкурентоспособностью предприятиями аграрной сферы является комплексной многокритериальной задачей, которая реализуется с помощью определенных управленческих действий. К принятию управленческих решений необходимо подходить с позиции системного подхода. Такое утверждение основано на том, что само явление конкурентоспособности рассматривается как систематизированная совокупность группы ее составляющих, а управление конкурентоспособностью предприятия рассматривается как система формирования конкурентных преимуществ, определения конкурентного потенциала, разработки конкурентных стратегий, влияющих на конкурентную позицию и его конкурентный статус на рынке.

По нашему мнению, сама специфика эффективного управления конкурентоспособностью предприятия, заключается в том, что для создания конкурентных преимуществ необходимо обязательное присутствие элементов, участвующих в воспроизводственном процессе. Эти элементы должны быть совместимы с организационной структурой, технико-технологической системой, финансовой сферой и кадровым, инновационным, инвестиционным потенциалом, то есть по тем элементам, которые были нами рассмотрены.

Таким образом, система управления конкурентоспособностью предприятия аграрной сферы представляет собой интегрированную систему комплексного управления предприятием, которая должна обладать потенциалом адекватного реагирования на воздействие внешних и внутренних факторов, возможностью реализации конкурентных преимуществ предприятия. Процесс управления в этой системе связан с организационными, ресурсными, техническими, качественными, рыночными и управленческими видами показателей, оценкой возможностей ведения инновационной деятельности и гармоничностью развития внутреннего климата предприятия, а также необходимостью анализировать совокупные требования рынка к продукции предприятия, прогнозировать и оптимизировать прибыль и затраты своей деятельности, с разработкой и внедрением интегрированной концепции управления конкурентоспособностью, обладающей возможностями формирования и корректировки целей и стратегий развития предприятия в соответствии с достигнутым уровнем конкурентоспособности.

ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

1. Конкурентоспособность является сложной экономической категорией, в ее основе лежит понятие конкуренции. Под конкурентоспособностью следует понимать обладание признаками, свойствами или определенными особенностями, наличие которых способствует созданию конкурентных преимуществ для субъекта экономического соревнования. Конкурентоспособность не является имманентным, объективно присущим свойством объекта, является относительной величиной и находит свое выражение только в условиях конкуренции, и вне конкуренции не существует. Она не только отражает требования рынка, но, что особенно важно, ориентирует субъекты конкурентной борьбы на активные действия по завоеванию рыночных позиций, их удержанию, укреплению и расширению.

2. В современных условиях актуальным становится необходимость перевода всего аграрного сектора на путь устойчивого развития. В решении этого вопроса важную роль могут сыграть интеграционные структуры, на основании которых возможно ускорить вопросы освоения инноваций, обновления организационно-производственной базы предприятий, а также связанных с ней технических и технологических компонентов, уменьшить риски, связанные с возможностями потери продукции, противостоять стихийности рынка сельхозтоваров, участвовать в ценообразовании наравне с другими участниками, приобрести конкурентное преимущество, повысить конкурентоспособность своей продукции и своего предприятия.

3. Выбор метода оценки конкурентоспособности для предприятий аграрной сферы является важным элементом в их борьбе за завоевание сегментов или ниш на рынке. Поэтому достоверность анализа и функциональная полнота являются ключевыми для предприятия в принятии решений по определению своего положения на рынке, объективной количественной и качественной оценки,

формировании и управлении конкурентными преимуществами, реализации конкурентного потенциала.

4. Для оценки конкурентоспособности предприятий пищевой и перерабатывающей промышленности республики предлагается метод оценки конкурентоспособности предприятий, который опирается на теорию эффективной конкуренции. Предлагаемый метод предусматривает производить оценку конкурентоспособности предприятия на основе семи групповых показателей, которые включают в себя 27 показателей, на основании которых определяется интегральный показатель конкурентоспособности предприятия. По таким же показателям оцениваются и другие предприятия, которые действуют на данном рынке и являются конкурентами. В результате предприятия получают сопоставимые индикаторы, и могут определить уровень своей конкурентоспособности или уточнить в каком положении они находятся в исследуемом периоде, и какие меры нужно предпринять в первую очередь.

5. В отличие от конкурентоспособности товара конкурентоспособность предприятия не может быть достигнута в короткий промежуток времени. Конкурентоспособность предприятия достигается в результате длительной и безупречной работы на рынке. Исходя из этого, процесс создания конкурентоспособного предприятия и приобретения конкурентных преимуществ должен начинаться с формирования конкурентоспособного персонала, способного укреплять и развивать позиции предприятия. К тому же повышение конкурентоспособности предприятия возможно только при условии высокой эффективности взаимодействия и функционирования всех его подразделений, что предполагает наличие целостной системы управления предприятием.

6. Предприятия могут достичь определенных преимуществ и укрепить свои позиции различными способами. Исследуемые предприятия это могут сделать за счет узкой специализации, более низких издержек на производстве и сбыте товара, дифференциации продукции. Но наиболее оптимальным способом является создание интегрированных структур, которые позволят каждому участнику приобрести определенное конкурентное преимущество или несколько

конкурентных преимуществ, которые позволят укрепить позиции предприятия на данном сегменте рынка.

7. При формировании кластера в сфере производства продовольствия преследуется совокупность целей, в том числе создание условий для внедрения в производство научно-обоснованных и технологически реализуемых инновационных решений, использование различных механизмов для технического перевооружения участников кластера и привлечения инвестиций, а также получение конкурентных преимуществ. Кластер как интегрированная форма взаимодействия предприятий продовольственной сферы, может обеспечить повышение конкурентоспособности участников, находить и развивать конкурентные преимущества членов объединения.

8. Система управления конкурентоспособностью предприятия аграрной сферы представляет собой интегрированную систему комплексного управления предприятием, которая должна обладать потенциалом адекватного реагирования на воздействие внешних и внутренних факторов, возможностью реализации конкурентных преимуществ предприятия. Она представляет собой непрерывный процесс целенаправленного воздействия на все сферы деятельности предприятия, способствующие формированию и укреплению конкурентных позиций во всех аспектах его деятельности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аакер, Д. Стратегическое рыночное управление / Д. Аакер ; пер. с англ. С. Жильцова ; под ред. Ю.Н. Каптуревского. – 6-е издание. – СПб. : Питер, 2003. – 544 с.
2. Азоев, Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г. Л. Азоев, А. П. Челенков. – М. : ОАО Типография «Новости», 2000. – 256 с.
3. Александров, Н. Н. Конкуренция и конкурентоспособность: содержание понятий и история их становления / Н. Н. Александров, В. Д. Козлов, В. Д. Крючков. – Нижний Новгород : Изд-во Волго-Вятской академии государственной службы, 2004. – 176 с.
4. Алтухова, Л. А. Методика комплексной оценки уровня конкурентоспособности сельскохозяйственных предпринимательских структур / Л. А. Алтухова, И. А. Семко // Российское предпринимательство. – 2011. – № 10. – Вып. 1 (193). – С. 125-131.
5. Андронов, Д. А. Управление стратегической конкурентоспособностью компании / Д. А. Андронов // Экономика, предпринимательство и право. – 2011. – № 5. – С. 16–21.
6. Акофф, Р. Планирование будущего корпорации ; пер. с англ. / Р. Акофф. – М. : Сирин, 2002. – 256 с.
7. Ансофф, И. Новая корпоративная стратегия ; пер. с англ. / И. Ансофф. – СПб.: Питер Ком, 1999. – 416 с.
8. Архипов, А. М. Теоретические вопросы современных конкурентных стратегий / А. М. Архипов // Финансы и кредит. – 2008. – №21(309). – С. 60–68.
9. Аюшеева, А. О. Формирование интегрированных структур агропромышленного комплекса региона: проблемы и перспективы : монография / А. О. Аюшеева. – Новосибирск : Издательство ЦРНС, 2013. – 153 с.

10. Баринов, А. В. Развитие организации в конкурентной борьбе / А. В. Баринов // Менеджмент в России и за рубежом. – 2000. – № 6. – С. 3–13.
11. Батов, Г. Х. Социально-экономический механизм функционирования АПК региона в условиях рынка / Г. Х. Батов. – Нальчик : Издательство КБНЦ РАН, 2004. – 214 с.
12. Батов, Г. Х. Пространственное развитие региона в системе кластерных формирований / Г. Х. Батов, М. М. Кандрокова. – Нальчик : Издательство КБНЦ РАН, 2012. – 144 с.
13. Берталанфи, Л. Общая теория систем – обзор проблем и результатов / Л. Берталанфи // Системные исследования. Ежегодник. – 1969. – С. 30–34.
14. Белоусов, В. Л. Анализ конкурентоспособности фирмы / В. Л. Белоусов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – № 5. – С. 29–36.
15. Белякова, Е. В. Конкурентоспособность региональной экономики / Е. В. Белякова, Н. В. Веретеннова // Вестник СибГАУ. [Электронный ресурс]. – 2005. – № 4. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/konkurentosposobnost-regionalnoy-ekonomiki>
16. Беспярых, В. И. Управление качеством и конкурентоспособностью продукции в агропромышленном комплексе / В. И. Беспярых. – Киров : ВГСХА, 2000. – 262 с.
17. Блашенкова, Т. А. Экономико-статистическое изучение конкурентоспособности предприятия : учебное пособие. / Т. А. Блашенкова. – Хабаровск, 2007. – 100 с.
18. Баумгартен, Л. В. Анализ методов определения конкурентоспособности организаций и продукции / Л. В. Баумгартен // Маркетинг в России и за рубежом – 2010. – № 4 (48).
19. Богомолова, И. П. Анализ формирования категории конкурентоспособности как фактор рыночного превосходства экономических объектов / И. П. Богомолова, Е. В. Хохлов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2005. – № 1. – С. 86–97.

20. Большой Энциклопедический словарь [Электронный ресурс] / Сайт «Академик». – Режим доступа: <http://dic.academic.ru>
21. Бондаренко, А. И. Метод расчета показателя интегральной конкурентоспособности для предприятий мясной промышленности / А. И. Бондаренко // Аграрный вестник Урала. – 2009. – № 8 (62). – С. 43–45.
22. Бондаренко, А. И. Организация управления конкурентоспособностью предприятия на рынке продукции мясной переработки / А.И. Бондаренко // Аграрный вестник Урала. – 2013. – № 11 (117). – С. 73–76.
23. Бондаренко, А. И. Управление конкурентоспособностью предприятий мясоперерабатывающей промышленности / А. И. Бондаренко, А. Н. Король // Вестник Тихоокеанского государственного университета. – 2014. – № 3 (34). – С. 157–166.
24. Бордаченко, Н. С. Современные подходы к оценке конкурентоспособности предприятия [Электронный ресурс] / Н. С. Бордаченко. – Режим доступа: <http://refdb.ru/look/2973029.html>
25. Бородин, К. Г. Крупные предприятия и вертикально-интегрированные структуры, как форма повышения конкурентоспособности [Электронный ресурс] / К. Г. Бородин. – Режим доступа: <http://www.viapi.ru/download/2015/9006.pdf>
26. Брагин, Н. Н. Конкурентоспособность региона: содержание понятия и методы оценки / Н. Н. Брагин // Проблемы и перспективы экономики и управления : материалы междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, апрель 2012 г.). – СПб. : Реноме, 2012. – С. 196–197.
27. Бурлаков, С. П. Техничко-экономические методы оценки конкурентоспособности предприятия и продукции [Электронный ресурс] / С. П. Бурлаков // Сайт журнала «Экономические исследования». – 2011. – Выпуск 3. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>
28. Вайсман, Е. Д. Генезис конкурентных преимуществ фирмы / Е. Д. Вайсман // Вестник ЮУрГУ. – 2010. – № 7. – С. 92–97.
29. Войцеховская, И. А. Системный подход в управлении конкурентоспособностью организации [Электронный ресурс] / И. А. Войцеховская // Сайт

журнала «Вестник». – 2006. – №1. – С. 6–17. – Режим доступа: <http://kraspubl.ru/content/view/155/1>

30. Винокурова, М. В. Методические подходы к повышению конкурентоспособности региона [Электронный ресурс] / М. В. Винокурова. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>

31. Волков, Д. В. Оценка конкурентоспособности предприятия: теоретико-методологические подходы / Д. В. Волков // Вести высших учебных заведений Черноземья. – 2010. – №1 (19). – С. 96–100.

32. Волкова, Н. Н. Промышленные кластеры : монография / Н. Н. Волкова, Т. В. Сахно // Полтава : Изд-во АСМИ. – 2005. – 272 с.

33. Воронов, Д. С. Оценка конкурентоспособности предприятия [Электронный ресурс] / Д. С. Воронов. – Режим доступа: <http://gaap.ru/articles/Osenka-konkurento-sposobnosti-predpriyatiya>

34. Гарретт, Б. Стратегические альянсы ; пер. с англ. / Б. Гарретт, П. Дюссож. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 332 с.

35. Глотко, А. Модель агропромышленного кластера региона / А. Глотко, П. Холодов, Л. Овсянко, Н. Григорьев // АПК: экономика, управление. – 2013. – № 6. – С. 80–83.

36. Говорова, Н. Конкурентоспособность основной фактор развития современной экономики / Н. Говорова // Проблемы теории и практики управления. – 2006. – № 4. – С. 25–37.

37. Головин, И. В. Разработка конкурентных стратегий / И. В. Головин // М. : Маркет ДС, 2004. – 128 с.

38. Головачев, А. С. Повышение конкурентоспособности региона – главная задача государственных и местных органов исполнительной власти / А. С. Головачев // Проблемы управления. – 2009. – № 4 (33). – С. 199–125.

39. Гончаров, В. Д. Проблемы рационального сочетания крупных и малых предприятий по переработке сельскохозяйственных продуктов / В. Д. Гончаров // Журнал Никоновские чтения. – 2006. – Выпуск 11.

40. Грани конкурентоспособности: государство, регион, предприятие, товар ; под ред. С. С. Чернова. – Новосибирск : СИБПРИНТ, 2012. – 186 с.
41. Данилов, И. П. Конкурентоспособность регионов России: теоретические основы и методология : монография. – М. : Дело, 2007. – 368 с.
42. Дзина, М. А. Теоретические основы формирования механизма управления конкурентоспособностью предприятия / М. А. Дзина // Культура народов Причерноморья. – 2006. – № 95. – С. 118–126.
43. Доржиева, Е. В. Формирование агропромышленных кластеров как условие инновационного развития региональных систем / Е. В. Доржиева // Известия Иркутской государственной экономической академии. – 2011. – № 4. – С. 64–69.
44. Дуданов, И. И. Подходы к конкурентоспособности товарной продукции на региональных продовольственных рынках / И. И. Дуданов // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2009. – № 12.
45. Егорова, Л. С. Управление конкурентоспособностью предприятия / Л. С. Егорова, А. А. Макарычев // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. – 2008. – № 6. – С. 316–322.
46. Емельянов, С. В. США: международная конкурентоспособность национальной промышленности. 90 е годы XX века / С. В. Емельянов. – М. : Экономика, 2001. – С. 63.
47. Еремеева, Н. В. Конкурентоспособность товаров и услуг / Н. В. Еремеева, С. Л. Калачев. – М. : КолосС, 2006. – 192 с.
48. Завьялов, П. С. Конкурентоспособность и маркетинг / П. С. Завьялов // Российский экономический журнал. – 2005. – № 12. – С. 14–18.
49. Зулькарнаев, И. У. Метод расчета интегральной конкурентоспособности промышленных, торговых и финансовых предприятий / И. У. Зулькарнаев, Л. Р. Ильясова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – № 4. – С. 17–27.
50. Казаватова, Н. Ю. Кластеры в АПК: теория, проблемы и перспективы [Электронный ресурс] / Н. Ю. Казаватова, Р. И. Ярахмедов // Управление

экономическими системами : электронный научный журнал. – Режим доступа: <http://uecs.ru/uecs46-462012/item/1627-2012-10-31-08-27-49>

51. Казаковцева, М. В. Конкуренентоспособность АПК как механизм обеспечения экономической безопасности / М. В. Казаковцева, Ф. З. Гумарова // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 6.

52. Киршин, И. А. Межотраслевая интеграция производства и ее экономические формы / И. А. Киршин. – Казань, 1990. – 187 с.

53. Конкуренентный потенциал перерабатывающих предприятий АПК / А. В. Пилипчук [и др.] ; под ред. В. Г. Гусакова. – Минск : Беларус наука, 2012. – 217 с.

54. Кузубов, А. А. Анализ системы управления конкурентоспособностью предприятия / А. А. Кузубов // Фундаментальные исследования. – 2015. – № 12-5. – С. 1028–1031.

55. Кудрявцев, К. А. Способы повышения конкурентоспособности предприятий / К. А. Кудрявцев // Креативная экономика. – 2010. – № 12. – С. 123–128.

56. Куприянова, Т. Управляемая конкурентоспособность: как ее добиться? / Т. Куприянова // Консультант директора. – 2001. – № 22. – С. 17–29.

57. Ламбен, Жан-Жак. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива / Жан-Жак Ламбен ; пер. с фр. – СПб. : Наука, 1996. – 589 с.

58. Лазаренко, А. А. Методы оценки конкурентоспособности [Текст] / А. А. Лазаренко // Молодой ученый. 2014. – №1. – С. 374–377.

59. Лифиц, И. М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг / И. М. Лифиц. – М. : Юрайт-М, 2001. – 224 с.

60. Логинова, В. А. Современные подходы к оценке конкурентоспособности территориальных экономических систем // Вестник ТОГУ. – 2008. – № 2 (9). – С. 139–152.

61. Лысова, Е. А. Разработка организационно-экономического механизма управления конкурентоспособностью предприятия сферы услуг / Е. А. Лысова // Научно-технические ведомости СПб ГПУ. – 2014. – №2 (192). – С. 88–97.

62. Магомедов, Ш. Ш. Рынок: товар, качество, конкурентоспособность / Ш. Ш. Магомедов. – Ставрополь : Кавказский край, 1999. – 59 с.
63. Магомедов, Ш. Метод оценки конкурентоспособности предприятия розничной торговли / Ш. Магомедов // Маркетинг. – 2007. – № 5. – С. 91–102.
64. Мазилкина, Е. И. Управление конкурентоспособностью / Е. И. Мазилкина, Г. Г. Паничкина. – М. : Омега-Л, 2008. – 325 с.
65. Мансуров, Р. Е. Управление конкурентоспособностью агропромышленного предприятия / Р. Е. Мансуров // Вестник АГТУ. Сер. : Экономика, 2011. – № 2. – С. 132–136.
66. Мансуров, Р. Е. Об экономической сущности понятий «конкурентоспособность предприятия» и «управление конкурентоспособностью предприятия» / Р. Е. Мансуров // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – № 2. – С. 93–94.
67. Мансуров, Р. Е. Основные проблемы управления конкурентоспособностью промышленных предприятий [Электронный ресурс] / Р. Е. Мансуров. – Режим доступа: <http://www.aup.ru/articles/management/46.htm>
68. Матвиенко, Д. Ю. Формы интеграционных объединений компаний / Д. Ю. Матвиенко // Современная конкуренция. – 2012. – № 6 (36). – С. 9–16.
69. Мескон, М. Х. Основы менеджмента / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури ; пер. с англ. – 3-е. изд. – М. : Дело, 2009. – 692 с.
70. Метелев, И. С. Конкурентоспособность субъекта предпринимательской деятельности: сущность, методы, факторы и критерии оценки / И. С. Метелев // Проблемы современной экономики. – 2011. – №1 (37). – С. 32–35.
71. Мошнов, В. А. Комплексная оценка конкурентоспособности предприятия [Электронный ресурс] / В. А. Мошнов. – Режим доступа: http://www.cfin.ru/management/strategy/estimate_competitiveness.shtml
72. Назаренко, В. И. Государственное регулирование сельского хозяйства в странах с развитой рыночной экономикой / В. И. Назаренко, А. Г. Попцов. – М. : Вагриус, 2011. – 284 с.

73. Наумов, А. В. Стратегическое планирование в вертикально-интегрированных компаниях / А. В. Наумов, Н. А. Яхудина // Российское предпринимательство. – 2012. – № 4 (202). – С. 56–64.

74. Нестеренко, С. А. Многофакторная модель оценки конкурентоспособности предприятий / С. А. Нестеренко // АПК: экономика, управление. – 2013. – № 12. – С. 78–82.

75. Нестеренко, С. А. Оценка конкурентоспособности предприятий АПК / С. А. Нестеренко // АПК: экономика, управление. – 2012. – № 12. – С. 68–72.

76. Неуймин, Д. С. Управление конкурентоспособностью сельскохозяйственного предприятия / Д. С. Неуймин // Аграрный вестник Урала. – 2011. – № 1 (80). – С. 82–84.

77. Носонов, А. М. Формирование кластеров в агропромышленном комплексе Республики Мордовия. Создание организованного кластера в регионе: проблемы и решения : сб. науч. ст. / под ред. Т. В. Миролубовой ; Перм. гос. нац. исслед. ун-т. – Пермь, 2013. – 293 с.

78. Ободьянский, В. А. Управление повышением конкурентоспособности предприятий пищевой промышленности АПК : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Ободьянский Василий Анатольевич. – М., 2012. – 24 с.

79. Орешникова, О. В. К вопросу о повышении конкурентоспособности продукции агропромышленного комплекса // О. В. Орешникова, Ж. Г. Шумак // Молодой ученый. – 2013. – № 10. – С. 372–374.

80. Пилипенко, И. Р. Кластерная политика в России / И. Р. Пилипенко // Общество и экономика. – 2008. – № 8. – С. 5–12.

81. Пинкевич, И. К. Виды и особенности интеграционных процессов в агропромышленном комплексе России / И. К. Пинкевич // Проблемы современной экономики. – 2010. – № 1 (33).

82. Питерс, Т. В поисках совершенства. Уроки самых успешных компаний Америки / Т. Питерс, Р. Уотерман. – М. : «Альпина Паблицерз», 2010. – 528 с.

83. Попова, Ю. Ф. Интеграционные процессы в агропромышленном комплексе / Ю. Ф. Попова // Российское предпринимательство. – 2008. – № 11. – Вып. 1 (122). – С. 112–116.
84. Портер, М. Конкуренция / М. Портер. – М. : Издат. дом «Вильямс», 2003. – 496 с.
85. Портер, М. Конкуренция / М. Потер. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2005. – 608 с.
86. Портер, М. Международная конкуренция / М. Потер. – М. : Международные отношения, 1993. – 896 с.
87. Пострелова, А. В. Оценка конкурентоспособности предприятия / А. В. Пострелова, М. С. Маркин // Молодой ученый. – 2013. – № 6. – С. 398–402.
88. Прахова, Г. С. Современные факторы конкурентоспособности предприятий / Г. С. Прахова. – Ставрополь : Изд-во Северо-Кавказского государственного технического университета, 2005. – 180 с.
89. Родионова, О. А. Интеграционные процессы в АПК: мотивы и механизмы реализации в условиях трансформации экономики / О. А. Родионова // Всерос. науч.-практ. конф. – М.-В. : ВНИЭТУСХ, 2003. – С. 23.
90. Романова, А. И. Конкурентоспособность предприятия: методы оценки, стратегия повышения / А.И. Романова // Современная конкуренция. – 2007. – № 5. – С. 79–84.
91. Светуньков, С. Г. Прогнозирование экономической конъюнктуры в маркетинговых исследованиях / С.Г. Светуньков. – СПб. : Питер, 1997. – 264 с.
92. Седова, Н. В. Интеграционные процессы в АПК РФ: тенденции, особенности / Н. В. Седова // Российское предпринимательство. – 2008. – № 1. – Вып. 1 (104). – С. 123–126.
93. Седова, Н. В. Механизм формирования интегрированных структур (на примере агропромышленного комплекса) / Н. В. Седова // Вестник Томского государственного университета. – 2007. – № 296. – С. 172–177.
94. Селезнев, А. З. Конкурентные позиции и инфраструктура рынка России // А. З. Селезнев. – М. : Юристъ, 1999. – 384 с.

95. Скляр, Е. Н. Маркетинговые исследования / Е.Н. Скляр. – М. : Дашков и К, 2011. – 216 с.
96. Сорокина, И. О. Теоретические основы понятия «интеграция» и принципы ее осуществления / И. О. Сорокина // Менеджмент в России и за рубежом. – 2008. – № 2. – С. 3–6.
97. Старков, Е. Е. Интеграция как условие повышения конкурентоспособности регионального АПК / Е. Е. Старков, Л. В. Голощапова // Экономические науки. – 2009. – № 5 (54). – С. 171–175.
98. Таран, В. А. Конкурентоспособность предприятий: проблема современной политики и стратегия в области качества / В. А. Таран // Машиностроитель. – 1998. – № 2. – С. 6–12.
99. Технологическая кооперация и повышение конкурентоспособности в ЕЭП. – Санкт- Петербург, 2013. – С. 92.
100. Ткач, А. Кооперация в сфере аграрного предпринимательства / А. Ткач, М. Еварестова // АПК: экономика, управление. – 2015. – № 2. – С. 48–56.
101. Ткач, А. Роль кооперации в решении проблем молочно-продуктового подкомплекса АПК / А Ткач, Т. Романова // АПК: экономика, управление. – 2015. – № 6. – С. 32-37.
102. Ткач, А. В. Кооперация – механизм повышения конкурентоспособности сельского хозяйства России / А. В. Ткач, А. С. Жуков, А. С. Нечитайлов // АПК: экономика, управление. – 2013. – № 5. – С. 48–53.
103. Трубилин, А. Конкурентоспособность – главный фактор эффективного производства / А. Трубилин // АПК: экономика, управление. – 2002. – № 12. – С. 39–46.
104. Туровец, Д. Г. Интеграционные связи в пищевой промышленности Красноярского края: ключевой элемент конкурентоспособности отрасли / Д. Г. Туровец // Современные проблемы науки и образования. – 2009. – № 3. – С. 102–108.

105. Ушачев, И. Проблемы обеспечения конкурентоспособности продукции АПК в условиях региональной интеграции и глобализации / И. Ушачев, А. Серков, В. Тарасов, В. Чекалин // АПК: экономика, управление. – 2013. – № 7. – С. 3–14.
106. Ушачев, И. Г. Экономический рост и конкурентоспособность сельского хозяйства Российской Федерации / И. Г. Ушачев // АПК: экономика, управление. – 2009. – № 3. – С. 12–30.
107. Ушачев, И. Г. Экономический рост и конкурентоспособность сельского хозяйства России / И. Г. Ушачев // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2009. – № 3. – С. 1–9.
108. Ушвицкий, Л. И. Конкурентоспособность региона как новая реалья: сущность, методы оценки, современное состояние / Л. И. Ушвицкий, В. Н. Прахова // Сборник научных трудов СевКавГТУ. Серия «Экономика». – 2005. – № 1.
109. Фасхиев, Х.А. Как измерить конкурентоспособность предприятия? / Х. А. Фасхиев, Е. В. Попова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2003. – № 4. – С. 53–68.
110. Фасхиев, Х. А. Маркетинг в автомобилестроении / Х. А. Фасхиев. – М. : Центр маркетинговых исследований и менеджмента, 2001. – 128 с.
111. Фасхиев, Х. А. Определение конкурентоспособности предприятия [Электронный ресурс] / Х. А. Фасхиев // Сайт журнала «Маркетинг в России и за рубежом». – 2009. – № 4. – Режим доступа: <http://www.mavriz.ru/articles/2009/4/5037.html>
112. Фатхутдинов, Р. А. Управление конкурентоспособностью / Р.А. Фатхутдинов. – М. : ЭКСМОС, 2007. – 286 с.
113. Фатхутдинов, Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р. А. Фатхутдинов. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 312 с. 18.
114. Фатхутдинов, Р. А. Управление конкурентоспособностью организации / Р. А. Фатхутдинов. – М. : Эксмо, 2004. – 544 с.
115. Феоктистова, Т. В. Управление конкурентоспособностью предприятий и ее прогнозирование / Т. В. Феоктистова, В. А. Ильина // Кожевенная промышленность. – 2002. – № 5. – С. 18–20.

116. Филобокова, Л. Оценка конкурентоспособности организаций молочно-перерабатывающих производств / Л. Филобокова, И. Уланова // АПК: экономика, управление. – 2015. – № 6. – С. 46–52.
117. Филобокова, Л. Оценка конкурентоспособности организаций перерабатывающих производств АПК / Л. Филобокова, И. Уланова // АПК: экономика, управление. – 2012. – №8. – С. 53–58.
118. Фомин, В. Н. Квалиметрия. Управление качеством. Сертификация / В. Н. Фомин. – М. : «ЭКМОС», 2000.
119. Хамел, Г. Конкурируя за будущее. Создание рынков завтрашнего дня / Г. Хамел, К. Прахалад. М. : Олимп-Бизнес, 2002. – 384 с.
120. Хикматов, Р. И. Международный опыт развития кластеров / Р. И. Хикматов, А. А. Гараев // Менеджмент в России и за рубежом. – 2008. – № 3.
121. Чайников, В. Н. Формирование интегрированной системы управления развитием конкурентоспособности экономики региона / В. Н. Чайников // Вестник Чувашского университета. – 2013. – № 2. – С. 338–341.
122. Чайникова, Л. Н. Интегрированные структуры и их роль в повышении конкурентоспособности продукции АПК / Л. Н. Чайникова // Вестник ТГТУ. – 2006. – № 2.
123. Чайникова, Л. Н. Методологические и практические аспекты оценки конкурентоспособности региона : монография. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2008. – 148 с.
124. Чаянов, А.В. Основные идеи и формы организации сельскохозяйственной организации / А. В. Чаянов. – М. : Наука, 1991. – С. 84.
125. Чернова, И. В. Управление конкурентоспособностью предприятия / И. В. Чернова // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. – 2014. – № 15.
126. Четыркина, Н. Ю. Система управления конкурентоспособностью: уровни, параметры и конкурентные преимущества / Н. Ю. Четыркина // Креативная экономика. – 2012. – № 3 (63). – С. 15–20.

127. Шеховцева, Л. С. Конкурентоспособность региона: факторы и метод создания / Л. С. Шеховцова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – № 4. – С. 11–16.
128. Шибанова, Т. Б. Тенденции и формы интеграции в агропромышленном комплексе / Т. Б. Шибанова // Вестник Новгородского государственного университета. – 2014. – № 82. – С. 104–108.
129. Шкардун, В. Интегральная оценка конкурентоспособности предприятий / В. Шкардун // Маркетинг. – 2005. – № 1 (80).
130. Шогенов, Б. А. Управление конкурентоспособностью агропромышленного производства / Б. А. Шогенов, А. М. Шогенов // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2005. – № 5. – С. 23–25.
131. Шопотов, Б. О современных теориях конкурентных преимуществ и отраслевого лидирования. / Б. Шопотов // Проблемы теории и практики управления. – 2010. – № 3. – С. 50–55.
132. Шумпетер, Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. – М. : Эксмо, 2007. – 864 с.
133. Яковлев, Г. И. Управление конкурентоспособностью промышленных предприятий в условиях глобализации : монография / Г. И. Яковлев. – Самара : Изд-во Самарского государственного экономического университета. – 2007. – 244 с.
134. Ялов, Д. А. Кластерный подход как технология управления региональным экономическим развитием / Д. А. Ялов // Вестник Московского университета. Серия 6 «Экономика». – 2008. – № 2. – С. 58–72.
135. Яшева, Г. А. Как оценить конкурентоспособность товара / Г. А. Яшева // Маркетинговое образование. – 2004. – № 1. – С. 20–25.
136. Mckee, D. Customer self efficacy and response to service: management of marketing services. / D. Mckee, C.S. Simmers, Y. Licata // Journal of service research. – 2006. – Vol. 8, Feb. – P. 221–233.
137. Oliver, R. L. Whence Customer Loyalty / R. L. Oliver // Journal of Marketing. – 1999. – Vol. 63. – Special Issue. – P. 33–44.

138. Promoting innovation in the services sector: review of experiences and policies. – New York; Geneva: UN, 2011. – 210 p.