

К ВОПРОСУ О КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МОЛОЧНОГО СКОТОВОДСТВА СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

To the question about the competitiveness of dairy cattle breeding in Sverdlovsk region

К. В. Носкова, старший преподаватель,

С. И. Батракова, старший преподаватель

Уральского государственного аграрного университета

(г. Екатеринбург, ул. К. Либкнехта, д. 42)

Рецензент: Т. И. Кружкова, кандидат исторических наук, доцент

Аннотация

В статье рассмотрены вопросы конкурентоспособности отрасли молочного скотоводства, а также изучены методы и принципы управления конкурентоспособностью предприятий АПК в сложившихся условиях. Делается вывод, что при производстве молока и последующей его переработке и реализации необходимо уделить внимание конечному потребителю, продавая молоко по более низкой цене или создавая качественный, уникальный продукт.

Ключевые слова: конкурентоспособность, стратегия, молочнопродуктовый комплекс, импортозамещение.

Summary

The article discusses the competitiveness of dairy cattle breeding industry, as well as studied the methods and principles of management of agribusiness competitiveness of enterprises in these circumstances. It is concluded that in milk production and its subsequent processing and sale, you must pay attention to the final consumer, selling milk at a lower price or by creating high-quality, unique product.

Keywords: competitiveness, strategy, milk-grocery complex, import substitution.

Агропромышленный комплекс России переживает большие изменения. Данное положение объясняется взаимными санкциями в области продовольственной политики прежних партнеров (США, Германия, Канада, Франция, Польша). В связи с этим государство поддерживает стратегию импортозамещения, в рамках которой предприятиям приходится конкурировать между собой, не забывая о международных стандартах качества выпускаемой сельскохозяйственной продукции. В данной работе мы рассматриваем вопрос конкурентоспособности предприятий молочного подкомплекса.

Конкурентоспособность комплекса молочно-перерабатывающих предприятий можно оценить посредством определения внешнего и внутреннего потенциала. Инновационный, инвестиционный и финансово-экономический потенциал являются показателями общего состояния и внутренних возможностей системы, а ресурсная база и региональная политика в области развития АПК представляют возможности внешней среды к приросту социально-экономического эффекта, т. е. степень изменчивости региональных факторов к устойчивому развитию и обеспечению продовольственной безопасности.

Конкурентоспособность товара формируется в результате деятельности каждого производителя, осуществляемой посредством выполнения управленческих, организационных, производственных функций и организации сбыта. Адаптированная методика оценки конкурентоспособности формируется по каждому отдельно взятому товару. Она позволяет учитывать

особенности формирования соответствующего рынка и основные тенденции научно-технического прогресса. Оценка конкурентоспособности продукта производится с помощью сопоставления параметров анализируемой продукции с параметрами базы сравнения. Иными словами – необходимы критерии, по которым можно оценить конкурентоспособность продукта. Критерии измерения и управления конкурентоспособностью продукции можно разделить на потребительские и экономические.

Цель работы – дать оценку конкурентоспособности отрасли молочного скотоводства и предложить мероприятия по ее повышению.

Ключевым понятием предпринимательской организации является конкурентоспособность. Данное понятие разностороннее и распространяется на такие составляющие деятельности предприятия, как товар (услуга) и основные его характеристики: качество, технология производства.

В качестве базовых принципов управления конкурентоспособностью регионального комплекса организаций молочно-перерабатывающих производств выступают следующие [4, с. 82]:

1) принцип целостности, в рамках которого комплекс молочно-перерабатывающих производств рассматривается по отраслевому признаку в качестве подотрасли АПК страны, а по территориально-локальному признаку в качестве подсистемы регионального хозяйства, органично встроенный в социальное, экономическое взаимодействие, внешние и внутренние взаимосвязи и зависимости систем вышестоящего уровня, и призванного развиваться с целевой установкой по обеспечению продовольственной безопасности региона как условие его трансформации к устойчивому развитию в условиях императивов системной модернизации;

2) принцип селективности, в рамках которого ресурсы, направляемые из федерального бюджета или региональных источников на развитие отдельных организаций, функционирующих в сфере переработки молочного сырья, распределяются по признаку приоритетности хозяйствующих субъектов, представляющих собой точки роста, эффективное функционирование и развитие которых обеспечивает как развитие внутреннего потенциала конкурентоспособности, так и его эффективное использование;

3) принцип комплексности, в соответствии с которым стратегия, основанная на эффективном использовании ресурсов и развитии внутреннего потенциала конкурентоспособности регионального комплекса молочно-перерабатывающих производств, представляет собой комплексную, системную программу действий и взаимодействий по всем направлениям функционирования основных подсистем комплекса;

4) принцип рациональной кластеризации, в рамках которого стратегия развития регионального комплекса молочно-перерабатывающих производств предусматривает формирование и ускоренное развитие кластера – комплекса молочно-перерабатывающих производств как единой системы, взаимодействующей в рамках технологических цепочек, с целью наращивания инновационного, инвестиционного, интеллектуального, финансово-экономического и маркетингового потенциалов, объема производства и продаж широкого ассортимента продукции, востребованной внутренним региональным рынком и поставляющей ему молочную продукцию, по объему и качественным характеристикам обеспечивающим решение проблем продовольственной безопасности.

Широко признано определение конкуренции, данное известным исследователем М. Портером: «Конкурентная стратегия должна основываться на всестороннем понимании структуры отрасли и процесса ее изменения. В любой отрасли экономики, неважно, действует она только на внутреннем рынке или на внешнем тоже, суть конкуренции выражается пятью силами:

угрозой появления новых конкурентов; угрозой появления товаров-заменителей; способностью поставщиков комплектующих изделий торговаться; способностью покупателей торговаться; соперничество уже имеющихся конкурентов между собой [5, с. 52 –55].

Результаты анализа дают основание утверждать, что конкуренция обладает следующими определяющими признаками:

1) проявляет себя в системе воспроизводства технических и экономических параметров продукции на всех стадиях ее проектирования, изготовления, предпродажного и послепродажного обслуживания и потребления (эксплуатации);

2) является системообразующей составляющей рыночных отношений, определяя всю совокупность присущих им элементов (издержки производства, формирование цены, адаптивность предприятий и организаций к требованиям рынка, удовлетворение потребности в товарах и услугах и пр.);

3) служит фундаментом рыночных методов ведения хозяйства, основой формирования и проявления конкурентоспособности продукции, экономического закона, выражающего объективность категорий конкуренции (сопоставительности) между субъектами рынка, влияет на характер и формы взаимоотношений между ними, обуславливает проблемы федерального и регионального уровней.

Оценка конкурентоспособности предприятия представляет собой сложную многофакторную задачу, которая сводится к выявлению наиболее значимых числовых показателей конкурентоспособности и их интегрированию. Действительно, любой объект – это не что иное, как набор показателей качества, при изменении которых происходят количественные и качественные изменения объекта. Применяемый метод нахождения интегрального показателя конкурентоспособности должен соответствовать определенным требованиям.

Большинство методов оценки конкурентоспособности организаций основаны на применении различных коэффициентов для анализа производственной деятельности, финансового положения, эффективности инвестиций. Основные показатели конкурентоспособности фирмы:

– экономический потенциал и эффективность деятельности (активы, основной капитал, собственный и заемный капитал, объем продаж, доля на рынке, прибыль);

– уровень управления (формы организации и опыт функционирования элементов хозяйственного механизма с позиции нововведений и ответственности);

– производственный и сбытовой потенциалы, указывающие на возможность фирмы производить и реализовывать ту или иную продукцию в требуемых количествах в необходимые сроки (наличие сырьевой базы; производственные и сбытовые мощности; объем и направления капиталовложений, определяющих производственную политику);

– научно-исследовательский потенциал (организация и направление научных исследований, ежегодные расходы на НИОКР, число патентов на изобретения, область патентования, оценка возможности занятия фирмой монопольного положения в какой-либо области техники);

– финансовое положение (платежеспособность, кредитоспособность и условия кредитования, структура капитала – отношение собственного капитала к общей сумме активов);

– репутация фирмы, ее рыночная стратегия, инновационная деятельность;

– состояние и квалификация трудовых ресурсов.

Конкурентоспособность – та особая зона, в которой в известных пределах интересы производителей и потребителей сходятся. Следовательно, при оценке конкурентоспособности учитываются не только совокупность показателей, относящихся в основном к сфере заключения сделок и эксплуатации товара, но и другие критерии (комплекс условий его реализации, воз-

возможности поставок, сервисного обслуживания, утилизации), важные для потребителей конкретного рынка.

Основными принципами оценки конкурентоспособности являются:

- принцип интегральности, обеспечивающий углубление и конкретизацию связей между факторами конкурентоспособности;
- принцип комплексности, предполагающий выявление различных составляющих качества товара и факторов, оказывающих на него влияние;
- принцип диалектичности, подразумевающий рассмотрение совокупности факторов в развитии.

На основе этих принципов формулируются методические положения оценки конкурентоспособности, т. е. совокупность утверждений (правил).

При выявленной проблеме конкурентоспособности ее решение и управленческое воздействие целесообразно осуществлять на основе маркетингового исследования, предполагающего изучение отношения покупателей к товарам анализируемого предприятия и его конкурентов, а также достоинств и недостатков внутренней среды фирмы; эффективности использования возможностей и избегания угроз ее внешнего окружения.

Оценка конкурентоспособности должна проводиться периодически, а не только при возникновении проблемной ситуации. Это обусловлено тем, что принятие превентивных мер на основе выявления сигналов о потенциальном ухудшении конкурентоспособности более эффективно, чем попытка повысить реальную низкую конкурентоспособность. Поскольку торговые предприятия ориентированы на определенные сегменты покупателей, параметры конкурентоспособности представляют собой технические, экономические и коммерческие характеристики продукта, которыми большинство покупателей конкретного сегмента в основном руководствуются при выборе того или иного товара. Поскольку центральной фигурой рынка является покупатель, все элементы конкурентоспособности должны позитивно восприниматься покупателем [3, с. 56].

В современной научной и практической литературе по экономике, маркетингу и менеджменту можно найти разнообразные методики оценки конкурентоспособности предприятия. На рис. 1 представлены наиболее распространенные методы оценки конкурентоспособности предприятия.



Рис. 1. Методы оценки конкурентоспособности

Дифференциальный метод основывается на сопоставлении параметров анализируемого предприятия с параметрами предприятия-лидера.

Комплексный метод основывается на применении интегральных (групповых) показателей. Расчет группового показателя производится по двум направлениям: расчёт показателя по техническим параметрам и расчёт показателя по экономическим параметрам.

Смешанный метод оценки конкурентоспособности позволяет выразить способность товара конкурировать в определённых условиях рынка через комплексный количественный показатель – коэффициент конкурентоспособности:

Приведенные оценки позволяют охарактеризовать конкурентоспособность одного предприятия по отношению к другому. Сопоставление различной продукции ведется по таблице сравнения параметров.

Недостатком приведенных методик является существенное различие в процедурах оценки конкурентоспособности для потребительских и маркетинговых характеристик предприятия. Учитывая, что управление конкурентоспособностью заключается в создании комплексной системы, которая включает в себя: управление на стадии производства, управление на стадии ценообразования, управление рекламной политикой и пред- и послепродажным обслуживанием, обобщённый товар может быть описан вектором своих потребительских и маркетинговых свойств. Векторное описание предполагает стандартность процедур оценки всех компонент вектора, таким образом, необходима такая процедура оценки конкурентоспособности предприятия, которая в рамках единого подхода позволила бы оценить влияние различных характеристик.

Перспективным и необходимым направлением АПК в Свердловской области можно назвать молочное скотоводство. В области зарегистрировано и работает множество предприятий различных организационно-правовых форм.

Необходимо отметить, что основной проблемой для перерабатывающих предприятий в молочной промышленности является эффективный сбыт. Многие сельхозпроизводители, занимающиеся переработкой молока, не могут его реализовать по выгодной цене. Основным конкурентным преимуществом данных предприятий являются низкая цена реализации молока и качество производимой молочной продукции.

Сравнительный анализ игроков на рынке реализации молока и молочной продукции, предприятий, придерживающихся похожей стратегии, показывает, что агрофирма «Манчажская» перерабатывает собственное молоко до 99 % и продает молочные продукты, кооператив «Битимский» продает молочные продукты до 72 % от общего объема, остальное молоко в цельном виде отправляется на перерабатывающие предприятия. СХПК «Первоуральский» стабильно держит объемы переработки и реализации молочных продуктов на уровне 43 % от общего объема, а 57 % молока реализует в цельном виде.

Таблица 1

**Сравнительная оценка конкурентоспособности молочного скотоводства
некоторых хозяйств Свердловской области**

Показатели	СХПК «Первоуральский»		СХПК «Битимский»		ООО «Агрофирма Манчажская»	
	2012 г.	2014 г.	2012 г.	2014 г.	2012 г.	2014 г.
1. Среднегодовое поголовье крупного рогатого скота, всего голов	2248	2349	2266	2188	1927	1973
в том числе коров	880	880	1020	1020	770	760
2. Среднегодовой удой от одной коровы, кг	8101	8459	7392	7186	5503	6050

Показатели	СХПК «Первоуральский»		СХПК «Битимский»		ООО «Агрофирма Манчажская»	
	2012 г.	2014 г.	2012 г.	2014 г.	2012 г.	2014 г.
3. Валовое производство молока, ц	71289	74441	75398	73299	42373	45980
4. Себестоимость производства 1 ц молока, руб.	1271	1493	1479	1614	1516	1868
5. Затраты труда на 1 ц молока, чел.-ч	2,8	2,8	1,4	1,0	1,7	1,7
6. Коммерческая себестоимость 1 ц, руб.	1619	2007	2287	2280	1998	2810
7. Цена реализации 1 ц, руб.	1814	2355	2423	2769	2661	2941
8. Прибыль (убыток) на 1 ц, руб.	195	347	136	489	663	131
9. Валовая прибыль (с учетом субсидий), тыс. руб.	36268	47782	32974	58301	30605	19080
10. Рентабельность отрасли, %	33,2	33,7	21,3	36,6	47,7	16,1

Также для оценки уровня конкуренции в производстве и реализации молочной продукции можно использовать модель пяти сил конкуренции Портера. Исходя из данных сил определим их влияние на молочную отрасль:

- давление конкурентов. При реализации молочных продуктов в отрасли существует жесткая конкуренция, тогда как при реализации молока в цельном виде конкуренция отсутствует;
- давление покупателей. Покупателями молочной продукции с сельхозпредприятия являются небольшие торговые сети, которым приходится уступать в цене, чтобы продать данную продукцию;
- давление поставщиков. Поставщиками при производстве молока можно считать предприятия, извне воздействующие на вас;
- барьеры входа в отрасль. Чтобы зайти в отрасль, необходимы большие инвестиции;
- появление товаров-заменителей. На данный момент возникает угроза производства молочных продуктов из сухого молока, а следовательно, воздействие на рынок молочной продукции.

Таким образом, при производстве молока и последующей его переработке и реализации необходимо уделить внимание конечному потребителю, продавая молоко по более низкой цене или создавая качественный, уникальный продукт.

Для решения трудностей, сложившихся в отрасли, предложена следующая конкурентная стратегия развития (мероприятия):

- 1) наращивать объемы производства в кормопроизводстве хозяйства для снижения себестоимости производимых кормов на собственные нужды путем модернизации (приобретения) необходимой техники хозяйством (кормоуборочных и зерноуборочных комбайнов);
- 2) продолжить работы по совершенствованию системы сбыта сельскохозяйственной продукции.

Библиографический список

1. Воронин Б. А., Фатеева Н. Б. Государственная политика в аграрной сфере Российской Федерации // Аграрный вестник Урала. 2014. № 7. С. 84–87.

2. Донник И. М., Лоретц О. Г. Влияние технологии доения на молочную продуктивность и качество молока коров // Аграрный вестник Урала. 2014. № 12. С. 13–16.
3. Куликова Е. С. Территориальный маркетинг как элемент равновесия экономических интересов региона // Аграрный вестник Урала. 2015. № 2. С. 84–87.
4. Каретникова М. С. Управление конкурентоспособностью предприятий молочно-перерабатывающей отрасли // Аграрный вестник Урала. 2014. № 9. С. 81–84.
5. Дойль П. Менеджмент: стратегия и тактика / пер. с англ. ; под ред. Ю. Н. Каптуревского. СПб. : Питер, 2015. 378 с.
6. Донник И. М., Мымрин В. С., Лоретц О. Г., Лиходеевская О. Е., Барашкин М. И. Влияние инбридинга на молочную продуктивность, качество молока и воспроизводительную способность коров // Аграрный вестник Урала. 2013. № 5. С. 15–19.
7. Лоретц О. Г., Барашкин М. И. Повышение качества молока-сырья с использованием принципов ХАССП // Аграрный вестник Урала. 2012. № 8. С. 41–42.
8. Донник И. М., Шкуратова И. А., Бурлакова Л. В., Мымрин В. С., Портнов В. С., Исаева А. Г., Лоретц О. Г., Барашкин М. И., Кошелев С. Н., Абилева Г. У. Адаптация импортного скота в уральском регионе // Аграрный вестник Урала. 2012. № 1. С. 24–26.