

**СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ
МЕТОДИКИ МОНИТОРИНГА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ И
УСТОЙЧИВОСТИ АГРАРНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

Моисеев В.В. – к. э. н., профессор

Набока А.А. – аспирант

Погибелев А.В. – аспирант

Дьяков С.А. – аспирант

Гермоленко С.В. – аспирант

Кубанский государственный аграрный университет

В работе рассматривается современное состояние системы наблюдения за конкурентоспособностью и устойчивостью аграрного предприятия. Раскрыты противоречия между современным состоянием методики и существующими требованиями. Даются конкретные рекомендации по совершенствованию методики мониторинга конкурентоспособности и устойчивости аграрного предприятия.

Производственная деятельность аграрного предприятия в современных условиях зависит от того, насколько успешно решаются проблемы, связанные с конкурентоспособностью выпускаемой продукции. Только решив эту проблему, предприятие может эффективно функционировать и развиваться в рыночной среде.

Известно, что в условиях рынка конкуренция является действенным механизмом регулирования экономики, способствует выживанию наиболее устойчивых в финансовом отношении предприятий. Конкуренция – это также и экономическая борьба предприятий, выпускающих аналогичную продукцию на рынок.

Современная экономика базируется на стремлении людей удовле-

творять свои личные интересы в сфере обмена товаров на рынке, что порождает конкуренцию.

Успешная работа аграрных предприятий в условиях конкуренции зависит от системы взаимосвязей внешнего и внутреннего характера. На деятельность предприятия влияют общие (интегральные) и специфические факторы. К общим факторам, воздействующим на развитие конкуренции, относятся:

- инновационные;
- инвестиционные;
- финансовые;
- социально-экономические.

К группе специфических относятся факторы, характеризующие внешнюю среду деятельности предприятия:

- законодательно-правовые;
- транспортные;

К внутренним факторам, характеризующим уровень конкурентоспособности предприятия, можно отнести:

- нормативные;
- научно-технические;
- производственно-технологические.

Наибольшее воздействие на конкурентоспособность предприятий аграрного сектора экономики оказывают, по мнению многих ученых, интегральные факторы и, прежде всего, инвестиционные, инновационные и финансовые. Это вполне оправдано, так как произвести и реализовать сельскохозяйственную продукцию более высокого качества и с меньшими издержками можно только используя новые технологии и достижения науки, т.е. только предприятие, систематически обновляющее свой экономический потенциал, способно повысить свою конкурентную устойчивость на рынке.

Борьба за потребителя – это прежде всего борьба за сферу влияния на рынке, а она в свою очередь зависит от низкой цены и качества производственной продукции, т.е. потребительской стоимости. В ходе конкуренции устанавливается общественная необходимость в данной продукции, дается оценка с определением уровня цен.

Прочность положения предприятия на рынке определяется конкурентоспособностью производимых ею продуктов и возможностями вести конкурентную борьбу.

Конкурентоспособность отражает качественную сторону предлагаемой продукции.

Конкурентоспособным является тот товар, комплекс потребительских и стоимостных свойств которого обеспечивает ему коммерческий успех на рынке.

Конкурентоспособный товар – это товар, выгодно отличающийся от аналогов-конкурентов по системе качественных и социально-экономических признаков.

Индикаторами конкурентоспособности товара являются:

- назначение (полезность товара);
- качественная характеристика товара;
- цена товара.

Главными составляющими конкурентоспособности являются: технический уровень товара, уровень маркетинга и рекламно-информационного обеспечения, соответствие требованиям потребителя, техническим условиям и стандартам, организация сервиса, гарантийного обеспечения, обучение персонала, сроки поставки, сроки гарантий, цена, своевременность появления данного товара на конкретном рынке, политико-экономическая ситуация в данном регионе.

Конкурентоспособность означает высокое качество товаров при поддержании высокой заработной платы и жизненных стандартов. Важней-

шим фактором, обеспечивающим конкурентоспособность, является повышение темпов производительности труда.

Понятие конкурентоспособности тесно связано с понятием «качество».

Параметры качества, как правило, определяются исходя из интересов производителя, а параметры конкурентоспособности – прежде всего из интересов потребителя. Уровень качества и технический уровень продукции задаются техническим уровнем современного производства, а для оценки конкурентоспособности необходимо сопоставить его с уровнем развития потребностей.

Для каждого товара необходимо оценить его уровень конкурентоспособности для того, чтобы в дальнейшем провести анализ и выработать успешную товарную политику.

Оценка конкурентоспособности включает в себя следующие этапы:

- анализ рынка и выбор наиболее конкурентоспособного товара;
- определение сравнительных параметров образцов товара;
- расчет интегрального показателя конкурентоспособности оцениваемого товара.

Конкурентоспособность товара определяет во многом конкурентоспособность и самого предприятия, его финансово-экономическое состояние и репутацию.

В отличие от конкурентоспособности товара, которая может измениться в короткий срок, устойчивая конкурентоспособность предприятия достигается в течение длительного периода.

В связи с этим следует отметить тот факт, что сельскохозяйственное предприятие в силу специфики аграрного рынка функционирует в условиях совершенной (чистой) конкуренции. Это означает, что на таком рынке действует большое количество предприятий, производящих, распределяющих и продающих однородную (стандартизированную) продукцию,

которая не отличается по своим химико-биологическим и физическим параметрам, органолептическим признакам. Рынок чистой конкуренции дает возможность новым производителям таких товаров относительно легко войти в данную сферу рынка.

На конкурентном рынке отдельные предприятия не могут осуществлять должный контроль над ценой продукции. Это существенная особенность сельскохозяйственных товарных рынков. Объясняется этот факт тем, что в силу многочисленности аграрных предприятий (например, в Краснодарском крае только крупных и средних сельскохозяйственных предприятий насчитывается около 600 единиц), отдельные предприятия производят весьма незначительную часть продукта от общего его объема по данному товарному рынку. Предприятие вынуждено продавать товар по средней цене, сложившейся на данный момент в целом по рынку.

Рыночная конкуренция базируется на полной самостоятельности предприятий, имеющих определенные средства для производства качественной, отвечающей требованиям рынка, продукции, что обеспечивает спрос на нее. Помимо этого конкуренция создает предпосылки к повышению заинтересованности предприятий в выпуске такого товара, который обеспечивал бы получение прибыли, достаточной для воспроизводства производственного процесса. Наряду с этим конкуренция требует функционирования стабильной кредитно-финансовой системы, способной обеспечивать деятельность большого числа производителей материальных благ.

Для успешной конкуренции и заполнения соответствующих ниш рынка предприятиям аграрного профиля необходимо, по нашему мнению, активно развиваться в следующих направлениях:

- обеспечивать объем производства конкретных видов продукции, достаточный для занятия соответствующей ниши рынка;
- контролировать и повышать качество продукции, обеспечивающее

повышение среднерыночных (среднеотраслевых) цен;

- систематически снижать издержки производства, дающие возможность в случае падения среднеотраслевых цен добиться получения запланированной прибыли или снизить риск получения убытка.

Аграрное предприятие должно осуществлять регулярный мониторинг своих издержек: постоянных, переменных и общих. Это весьма важно, ибо, не оказывая существенного влияния на цену товара (кроме случаев повышения цены или ее снижения за счет качественных параметров товара), предприятие всегда может произвести в зависимости от конъюнктуры рынка максимизацию прибыли или минимизацию убытков, а также вывести производство на безубыточный (паритетный) уровень за счет снижения себестоимости продукции.

В современных условиях конкурентной борьбы придание аграрному предприятию конкурентной устойчивости на рынке за счет предложенных направлений является актуальной проблемой как в краткосрочном периоде, так и в перспективе.

Конкурентной устойчивости предприятия способствует соответствие управления предприятием и его технологического уклада. Чем больше разрыв между организацией управления предприятием и техническим уровнем производства, тем быстрее оно теряет свою конкурентоспособность.

Производство и реализация конкурентоспособных товаров и услуг – обобщающий показатель жизнестойкости предприятия. Однако производство конкурентоспособной продукции может быть ресурсоемким и высокозатратным, что в условиях рынка неизбежно приведет к снижению эффективности, уменьшению прибыли, ухудшению финансового положения предприятия. В этом случае требуется дополнительное финансирование, что в результате понижает конкурентоспособность производителя.

Применение интенсивных технологий, высокий уровень механизации – это необходимые условия для получения дохода от произведенной

продукции.

В сельском хозяйстве эффективное использование производственных ресурсов, и особенно земли, возможно лишь на основе сочетания отраслей. Эту особенность необходимо учитывать и в условиях рынка при выборе наиболее экономически выгодных видов производства. Поэтому конкурентоспособность сельскохозяйственного производства целесообразно оценивать в целом, что позволяет сочетать экономический интерес собственника с производственными особенностями сельскохозяйственного производства.

Основными требованиями для достижения конкурентоспособного производства являются: использование прогрессивной технологии, современных методов менеджмента, своевременное обновление фондов, обеспечение гибкости производства, пропорциональности, непрерывности и ритмичности процессов.

Для того чтобы производить товар на уровне мировых стандартов, необходимы новые технологии и современное оборудование. Это требует значительных инвестиций, способных обеспечить не только высокое качество российских товаров, но и создать новые рабочие места.

Процесс формирования конкурентоспособности представляет собой совокупность организационно-экономических мер по приведению производственных программ выпуска продукции определенного объема, ассортимента и качества в соответствие с имеющимся производственным потенциалом. Одним из главных факторов формирования конкурентоспособности является максимальное использование конкурентных преимуществ.

Вторую группу факторов составляют показатели качества товара, определяемые действующими стандартами, нормами, рекомендациями.

Качество сельскохозяйственной продукции представляет собой совокупность биологических и потребительских свойств продукта, обладающего способностью удовлетворять индивидуальные запросы потреби-

теля. Мировой опыт убеждает, что именно в условиях рыночной экономики и острой конкуренции, качество становится основой выживания товаропроизводителей, критерием оценки результативности их хозяйственной деятельности.

К третьей группе факторов, влияющих на уровень конкурентоспособности, относят экономические показатели, формирующие себестоимость и цену товара.

Обеспечение конкурентоспособности предприятия достигается благодаря соблюдению основополагающих принципов рыночной системы и разумного использования факторов, воздействующих на эффективность и конкурентоспособность производства.

К основным принципам конкурентоспособности предприятия относятся:

- принципы превосходства качества товара на рынке;
- принципы преобладания товара на рынке;
- принципы минимизации издержек труда и материально-денежных средств на единицу товарной продукции;
- принцип экономической выгоды.

Основными рыночными факторами, способствующими повышению конкурентоспособности отдельных видов сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия, являются:

- 1) создание инфраструктуры рынка;
- 2) сокращение количества посредников в системе реализации продукции и переход преимущественно на кооперативные формы организации торгово-закупочной деятельности;
- 3) увеличение вложений в сферу переработки продукции в целях расширения ее ассортимента и качества, позволяющих удовлетворять спрос потребителей.

Оценка конкурентоспособной продукции отражает соответствующие

функциональные задачи: изучение конъюнктуры (спрос, предложение, цены, емкость рынка, каналы сбыта), определение набора потребительских и экономических показателей конкурентоспособности (натуральные, стоимостные, относительные), выбор базы для сравнения конкурентов (анализ показателей конкурентоспособности, выбор объекта в качестве базы для сравнения, расчет интегрального показателя конкурентоспособности).

В экономической литературе нет четкой системы показателей конкурентоспособности.

На наш взгляд, в качестве показателей, характеризующих конкурентоспособность сельскохозяйственной продукции, выступают: полезность, качественные параметры, цена, издержки, ресурсоемкость, трудоемкость, энергоемкость, материалоемкость. Применяются также дополнительные показатели: объем продаж в расчете на единицу земельной площади, чистая прибыль в расчете на производственный капитал, на единицу затраченного труда, окупаемость, уровень рентабельности.

В аграрном секторе производства предприятие должно четко определить стратегию своего конкурентного поведения на соответствующем товарном рынке. Для этого предприятие должно найти свое конкурентное преимущество, что создаст для него определенное превосходство по сравнению с предприятиями-конкурентами.

Известно, что конкурентное преимущество предприятия может быть внешним, если оно основано на особых, отличительных качествах товара. Особые свойства товара позволяют предприятию воздействовать на рынок, продав этот товар по более высокой цене. За счет качественных параметров товара цена будет выше, чем у конкурента, который не обеспечил получение товара соответствующего отличительного качества. Однако стратегия, обусловленная внешними конкурентными преимуществами, носит для аграрного предприятия ограниченный характер, и большого влияния на формирование цены не оказывает в силу объективных предпосылок, из-

ложенных выше.

Для сельскохозяйственного предприятия стратегия, основанная на внутреннем конкурентном преимуществе, – наиболее предпочтительна, ибо она основана на доминировании на рынке по издержкам производства. При такой стратегии преимущество предприятия будет проявляться в меньшей себестоимости продукта, чем у конкурента. Внутреннее конкурентное преимущество позволяет добиться более высокой эффективности производства, обеспечивающей предприятию большую рентабельность и более надежную устойчивость при снижении цен реализации товара, диктуемых рынком.

Процесс формирования конкурентоспособности представляет собой совокупность организационно-экономических мер по приведению производственных программ выпуска продукции определенного объема, ассортимента и качества в соответствие с имеющимся производственным потенциалом. Одним из главных факторов формирования конкурентоспособности является максимальное использование конкурентных преимуществ.

В теории существуют два основных типа конкурентных преимуществ товаропроизводителя.

Суть первого – более низкие издержки на производство за счет концентрации и лучшей технологии производства, а значит, возможности продавать по ценам более низким, чем конкуренты.

Второй тип конкурентоспособности основывается на удовлетворении особых потребностей покупателя, его запросов за премиальную цену. Применительно к аграрному предприятию это, прежде всего, означает производство продукции особо высокого качества, ее сортировку, упаковку, поставку в удобное для покупателя время и в особом виде и т.д.

Конкурентоспособность выступает как часть воспроизводственного процесса относительно способов и методов хозяйствования на рынке товаров и услуг и оценивается массой прибыли в соотношении с потребленными

ми и используемыми ресурсами.

Также существует пять факторов, выделенных М. Портером [5], определяющих конкурентоспособность:

- соперничество между имеющимися конкурентами;
- угроза появления новых конкурентов;
- способность покупателей торговаться;
- угроза появления товаров и услуг – заменителей;
- способность поставщиков торговаться.

Кроме того, М. Портер выделяет пять наиболее типичных новаций, дающих конкурентное преимущество:

- новые технологии;
- новые или изменившиеся запросы покупателей;
- появление нового сегмента *рынка*;
- изменение стоимости или наличия компонентов производства;
- изменение правительственного регулирования.

На практике реально оценить, рассчитать и проанализировать конкурентоспособность продукции конкретного хозяйства и его конкурентов помогают данные, которые собираются по форме, представленной в таблице 1.

Таблица 1 – Оценка конкурентоспособности молока СПК колхоза «Маяк революции» и его конкурентов

Показатели	Фактические значения показателей основных конкурентов за 2003 г.			Показатели СПК колхоза «Маяк революции»	
	ЗАО п-з «Гулькевичский»	СПК ПЗК «Наша Родина»	ОНО ОПХ «Кубань»	Фактически за 2003 г.	Прогноз на 2004г.
1	2	3	4	5	6
1. Производство молока					
1.1. Валовой надой молока, т	9229	8520	10345	1558	2580
1.2. Продуктивность коров, кг	6369	5164	5474	3365	4500
1.3. Производство молока на 100 га с/х угодий, ц	1194	919	740	366	520
2. Крупный рогатый скот на конец года					
2.1 Всего голов	3010	4936	5000	1057	2250
2.2 В т.ч. коров	1450	1650	1890	445	1080
2.3 На 100 га с/х угодий					
- всего КРС	39	53	36	25	32
- в т.ч. коров	19	18	14	10	12
2.4 Получено телят на 100 коров	71	95	84	80	90
3. Расход кормоединиц на производство молока	0,90	0,84	0,95	1,65	1,05
4. Заготовка коров					
4.1 Заготовлено коров на 1 усл. голову, ц	14,8	16,0	15,8	20,2	18,3
5. Среднесуточные привесы КРС, грамм	533	614	433	471	520
6. Затраты труда на 1 ц, ч/час	2,8	2,2	3,3	5,2	4,8
7. Себестоимость 1 ц, руб.	310	356	330	393	320
8. Средняя цена реализации 1 ц, руб.	501	618	485	507	550
9. Рентабельность продукции, %	43,4	39,1	36,4	29,4	32,6

Анализ таблицы 1 говорит о том, что все показатели, влияющие непосредственно на конкурентоспособность молока в данном хозяйстве значительно отличаются от аналогичных показателей ведущих хозяйств района, причем эти отличия не способствуют повышению уровня конкурентоспособности молока в СПК колхозе «Маяк революции». В частности, такими показателями служат низкие валовые надои, продуктивность коров, общее поголовье стада КРС, в том числе и коров. Кроме того, не лучшим образом отражается на результативности производства молока и высокий

уровень расхода кормов, высокие затраты труда и себестоимость 1 ц продукции.

Однако наблюдаются и положительные тенденции: выход телят на 100 коров довольно высок; корма заготавливаются в достаточном количестве; среднесуточные привесы КРС соответствуют необходимой норме. Кроме того, средняя цена реализации молока в хозяйстве на фоне остальных хозяйств района довольно высока и имеет тенденции к росту. В результате совокупного действия всех этих факторов рентабельность молока составила 29,4 %, что свидетельствует о правильно выбранной стратегии развития отрасли молочного скотоводства в колхозе.

В хозяйстве необходимо развивать и совершенствовать программу по улучшению положения отрасли молочного скотоводства. Одним из методов, способствующих этому, является планирование, то есть выбор и определение на перспективу, в качестве целевых ориентиров, значения базовых показателей отрасли. Их прогноз на 2004 г. представлен в таблице 1.

Для оценки конкурентоспособности предприятия в целом необходимо определить показатель устойчивости ее функционирования. Так как она является важнейшим индикатором его конкурентоспособности.

Для СПК колхоза «Маяк революции» и его прямого конкурента СПК ПЗК «Наша Родина» расчет показателя устойчивости будет выглядеть следующим образом. В расчете используются следующие величины:

X_1 - показатель эффективности рабочего капитала;

X_2 - показатель эффективности накопленного капитала;

X_3 - рентабельность производства;

X_4 - показатель задолженности;

X_5 - показатель эффективности активов;

O_{cp} - оборотные средства;

$O_{кр}$ - краткосрочные обязательства;

A - общие активы;

$K_{нак}$ - накопленный капитал (остаток прошлых лет);

$P_{бал}$ - балансовая прибыль;

K - капитал фирмы (основные фонды плюс нематериальные активы);

D - общий долг фирмы;

V - общий объем продаж.

Таблица 2 – Расчет показателя устойчивости функционирования по двум хозяйствам Гулькевичского района (по данным 2003 г.)

Показатель	Формула для расчета	Значения показателей для СПК колхоза «Маяк революции»	Значение показателей для СПК ПЗК «Наша Родина»
Эффективность рабочего капитала X_1	$(O_{cp} - O_{кр}) / A$	$(23055,981 - 1196,996) / 68842,151 = 0,3175$	$(112196 - 9074) / 225138 = 0,4580$
Эффективность накопленного капитала X_2	$K_{нак} / A$	$65038,558 / 68842,151 = 0,9447$	$198359 / 225138 = 0,8811$
Рентабельность производства X_3	$P_{бал} / A$	$8263,419 / 68842,151 = 0,1200$	$35967 / 225138 = 0,1598$
Задолженность X_4	K / D	$41181,175 / 3128,406 = 13,1636$	$110601 / 13639 = 8,1092$
Эффективность активов X_5	V / A	$33263,956 / 68842,151 = 0,4832$	
Устойчивость функционирования Z	$X_1 + 1,4X_2 + 3,3X_3 + 0,6X_4 + 1,0X_5$	$1,2 \times 0,3175 + 1,4 \times 0,9447 + 3,3 \times 0,1200 + 0,6 \times 13,1636 + 1,0 \times 0,4832 = 10,4809$	$1,2 \times 0,4580 + 1,4 \times 0,8811 + 3,3 \times 0,1598 + 0,6 \times 8,1092 + 1,0 \times 0,7224 = 7,8984$

Исходя из приведенных в таблице 2 расчетов, можно говорить об устойчивом положении обоих хозяйств, так как итоговый показатель устойчивости в каждом из вариантов получился больше 3. Кроме того, можно определить эффективность функционирования каждого из хозяйств по показателям $X_1 - X_5$. При сравнении соответствующих данных выявляются следующие особенности функционирования каждого из хозяйств: рабочий капитал более эффективен во втором хозяйстве, тогда как накопленный – в первом. Более рентабельным по производству является СПК ПЗК «Наша

Родина», в котором также наблюдается более высокий уровень эффективности активов. А по показателю задолженности СПК колхоз «Маяк революции» намного опередил второе анализируемое хозяйство. В совокупности все эти факторы и оказывают то негативное действие, которое наблюдается в СПК колхозе «Маяк революции»: высокая задолженность хозяйства перед кредиторами, низкая эффективность рабочего капитала (то есть капитал, имеющийся в хозяйстве, практически не работает, фактически являясь «мертвым грузом» для организации), низкий уровень рентабельности производства и эффективности активов. При наличии таких отрицательно действующих показателей естественным итогом является низкая конкурентоспособность хозяйства, и в частности, молочной продукции, производимой здесь.

Таким образом, конкурентная устойчивость предприятия будет зависеть от объема и ассортимента производимой продукции, размера и издержек производства этой продукции и цены товара. Анализ конкурентоспособности сельскохозяйственной организации, следовательно, должен быть осуществлен по следующим показателям:

- объем производства продукции;
- стоимость валовой продукции;
- валовые издержки производства;
- совокупный экономически чистый доход (прибыль или убыток).

Максимизация прибыли при оптимизации объемов производства продукции и издержек – это тот критерий конкурентоспособности аграрного предприятия, функционирующего в условиях совершенной конкуренции, когда цена за товар остается неизменной и зависит только от конъюнктуры рынка.

В долгосрочной перспективе интерес аграрного предприятия должен сосредоточиться на устойчивости его функционирования. Для этого необходимо производить мониторинг показателей эффективности работы

предприятия, которые в определенной мере служат индикаторами конкурентоспособности предприятия в будущем.

Список литературы

1. Шевцов В.В. Производственная инфраструктура регионального АПК. – Краснодар: КубГАУ, 2000.
2. Шевцов В.В. Экспресс-диагностика качества экономического функционирования предприятий аграрного сектора на основе компьютерного мониторинга индикаторов финансовой устойчивости. – М.: Высшая школа управления, 2002. – 69 с.
3. Набока А.А. Организация мониторинга эффективности предпринимательской деятельности сельскохозяйственных предприятий / А.А. Набока, А.З. Рысьмятов, И.М. Чеботарева, Е.А. Следева // Депонирована ВНИИТЭИ-агропром, справка о депонировании №95/19039. Аннотирована в выпуске электронного издания «Агрос» №03296 00034 в НТУ Информрегистр за 2003 г.
4. Набока А.А., Рысьмятов А.З., Следева Е.А. Мониторинг эффективности предпринимательской деятельности / А.А. Набока, А.З. Рысьмятов, Е.А. Следева // Международный сельскохозяйственный журнал. – 2003. – №5. – 1,1 п.л.
5. Портер М.Э. Конкуренция: Учеб. пособие. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2000.