

Ю.П. Соболева, В.Н. Лукашова

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ РЕГИОНА: ФАКТОРЫ И МЕТОДЫ СОЗДАНИЯ

Цель каждого предпринимателя - максимизация прибыли, а, следовательно, и расширение масштабов хозяйственной деятельности любого предприятия. На современном этапе развития рыночных отношений ни одна организация не может обойтись без оценки как своего конкурентного положения на рынке, так и конкурентоспособности своей продукции, товаров, работ или услуг. Несмотря на разнообразные методы и формы конкурентной борьбы, каждая фирма пытается выработать свою единую конкурентную стратегию, свои конкурентные преимущества для достижения рыночного успеха.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, конкурентная борьба, сельское хозяйство.

В настоящее время термин «конкурентоспособность» стал одним из наиболее употребляемых в научной литературе. Политики, экономисты, представители бизнеса, журналисты и другие также широко его используют в своей сфере деятельности, когда речь идет о необходимости интеграции экономики страны или, как будет представлено далее, на примере Орловского региона в сфере сельской промышленности в систему современного мирового хозяйства. Сегодня отыскать профессионального, опытного и результативного руководителя на управляющие позиции очень сложно, потому, что сохранившиеся учебные заведения со своими программами не совсем успевают за потребностями реальной жизни, а краткосрочных курсов, обучающих управлению предприятием, нет. Практический опыт не всегда может дать возможность ориентироваться в современной экономике. Это происходит потому, что владельцами и организаторами торгового бизнеса также часто являются, например, бывшие научные работники, осваивающие правильную организацию торговли на своих собственных ошибках.

Цель каждого предпринимателя - максимизация прибыли, а, следовательно, и расширение масштабов хозяйственной деятельности любого предприятия. Это неизбежно приводит к взаимной борьбе предпринимателей различных стран и регионов нашей страны за наиболее выгодные условия производства и сбыта товаров, работ и услуг, рост объема производства, и они выступают по отношению друг к другу как соперники или конкуренты.

Если предложение любого товара на рынке больше, чем спрос на него, то, естественно, усиливается конкурентная борьба между продавцами. Каждый из них, чтобы продать свой товар или услугу, зачастую вынужден снизить цену, что, как правило, влечет за собой сокращение производства данного товара и, следовательно, уменьшение прибыли, что может привести данное предприятие к банкротству. Если спрос больше, чем предложение, то конкурировать друг с другом вынуждены уже покупатели, чтобы приобрести данный товар.

Чтобы иметь возможность приобрести дефицитный товар, каждый из них

старается предложить по возможности более высокую цену, чем это могут сделать его соперники. Цена повышается, и это стимулирует увеличение предложения данного товара на рынке [2].

На современном этапе развития рыночных отношений в Орловском регионе и в стране в целом ни одна организация не может обойтись без оценки как своего конкурентного положения на рынке, так и конкурентоспособности своей продукции, товаров, работ или услуг. Несмотря на разнообразные методы и формы конкурентной борьбы, каждая фирма пытается выработать свою единую конкурентную стратегию, свои конкурентные преимущества для достижения рыночного успеха и получения прибыли. Основными методами, которые используются при оценке конкурентоспособности предприятия, могут быть: анализ и синтез, системный подход, диалектический, оценка конкурентоспособности на основе уровня продаж; анкетирование, метод экспертных оценок, SWOT-анализ и т. д.

Конкуренция выступает как высшая побудительная сила, которая заставляет любое предприятие на рынке повышать качество своей продукции, товаров, работ или услуг, снижать затраты на производство, повышать производительность труда, затрачивая на это меньше времени и средств. Средством конкуренции являются товары и услуги, с помощью которых соперничающие фирмы стремятся завоевать признание покупателей на рынке и получить деньги от потребителя. В наиболее полном смысле конкурентоспособность включает в себя три основные составляющие. Одна из них жестко связана с изделием как таковым и в значительной мере сводится к качеству, другая связана как с экономикой создания сбыта и сервиса товара, так и с экономическими возможностями и ограничениями потребителя. Наконец, третья отражает все то, что может быть приятно или неприятно потребителю как покупателю, как человеку, как члену той или иной социальной группы и т. д. [1].

Следует отметить, что исследования в области конкурентоспособности субъектов предпринимательской деятельности пока еще проводятся, в основном, с позиции влияния на нее производственных, материально-вещественных факторов. Современная экономическая мысль исходит из того, что решающую роль в обеспечении конкурентоспособности организации играет интеллектуальный капитал и связанные с ним нематериальные активы предпринимателя. Однако данное положение требует серьезной адаптации к условиям российской действительности, характеризующейся нестабильностью рыночных отношений, ограниченностью обращения информации и слабой правовой защищенностью экономических субъектов.

В последнее время в Орловской области и других регионах страны ясно проявляется тенденция к обострению конкуренции между предприятиями, которые подвергаются нарастающему совокупному воздействию конкурентных факторов. Орловский регион является одним из крупнейших производителей зерна и сельскохозяйственной продукции. Тем не менее, на многих предприятиях сельского хозяйства не проводится целенаправленная работа по анализу конкурентов, отсутствует систематизированные представления о том, что является конкурентоспособностью предприятия, как ее создавать, поддерживать, оценивать, грамотно реализовать и управлять ею. Наглядный пример реализации этой работы мы рассмотрим на примере развития сельского хозяйства в

Орловской области за период 2011-2012 гг. и перспективы реализации поставленных задач на 2013-2020 гг. «Развитие сельского хозяйства и регулирование рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия в Орловской области на 2013-2020 годы» [5].

Основным субъектом предпринимательской деятельности и, следовательно, носителем предпринимательской активности выступает предприниматель. При этом в соответствии с действующим законодательством РФ под предпринимателем понимают:

- индивидуального предпринимателя;
- физическое лицо, осуществляющее предпринимательскую деятельность и зарегистрированное в установленном порядке;
- организацию (юридическое лицо).

Выделение следующих функций конкуренции представлено на рисунке 1.

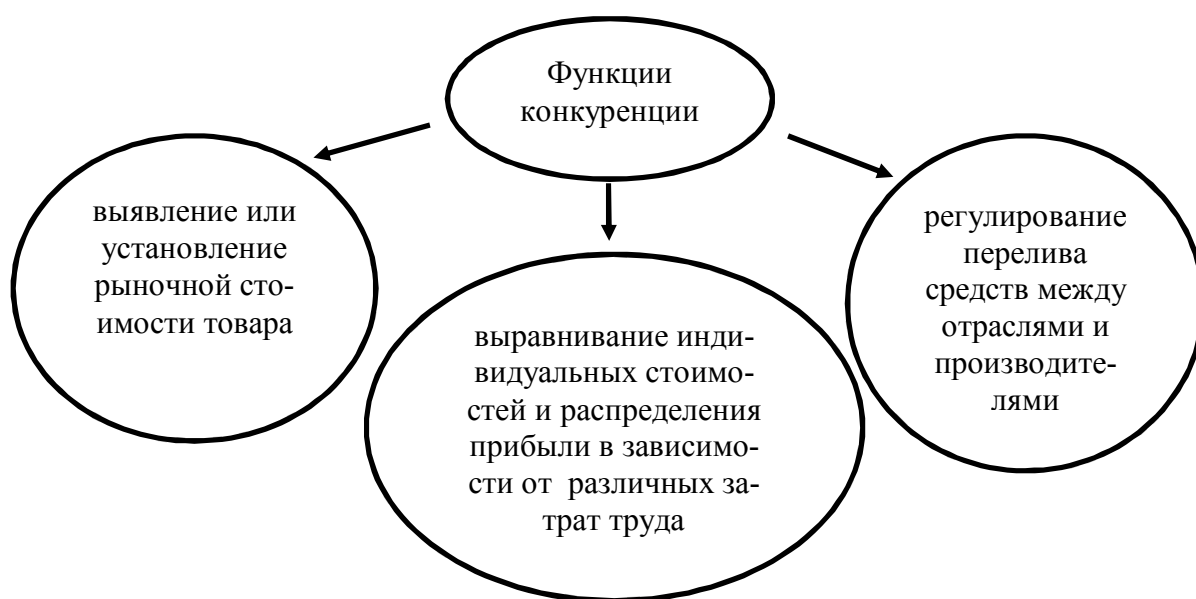


Рисунок 1- Функции конкуренции

По характеру развития конкуренция разделяется на свободную и регулирующую. Также конкуренцию делят на ценовую и неценовую [2].

Ценовая конкуренция возникает, как правило, путем искусственного сбивания цен на данную продукцию. При этом широко используется ценовая дискриминация, которая имеет место в том числе, когда данный продукт продается по разным ценам, и эти ценовые различия не оправданы различиями в издержках.

Ценовая конкуренция наиболее часто встречается в сфере услуг, при оказании услуг по транспортировке продукции; при реализации товара, который не поддается перераспределению с одного рынка на другой (транспортировка скоропортящихся продуктов с одного рынка на другой).

Неценовая конкуренция проводится главным образом посредством совершенствования качества продукции, технологии производства, инноваций и нанотехнологий, патентирования и брендинга и условий ее продажи, «сервизации» сбыта. Этот вид конкуренции основывается на стремлении захватить часть или лидирующее положение отраслевого рынка путем выпуска новых то-

варов, т. е. товаров заменителей, которые либо принципиально отличаются от своих предшественников, либо представляют модернизированный вариант старой модели товара.

Неценовая конкуренция путем сбыта продукции получила название конкуренции по условиям продаж. Этот вид конкуренции основывается на улучшении сервиса обслуживания покупателя. Сюда входит воздействие на потребителя через рекламу, СТИС, PR, мерчендайзинг, обслуживание клиентов.

Выделяют следующие основные направления конкурентной деятельности фирмы, которые представлены на рисунке 2.

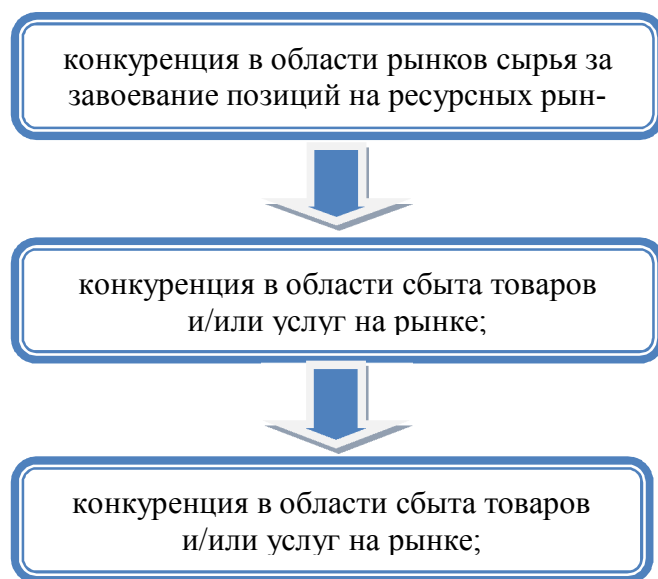


Рисунок 2- Направления конкурентной деятельности фирмы

Реализация предпринимательской активности предполагает функционирование в условиях конкурентной среды и требует от субъекта предпринимательства поддержания заданного рынком уровня конкурентоспособности [1].

Конкурентоспособность является многомерным свойством, что определяется многоаспектностью самого явления конкуренции. Это означает, что менеджмент предприятия не может сосредоточивать усилия только на одном из конкурентных факторов - они должны учитываться одновременно с учетом взаимной зависимости и времени. Многоаспектность конкуренции также проявляется в том, что предприятия могут предвидеть поведение всех своих конкурентов, а также реагировать на одну и ту же ситуацию на рынке различным образом. Вследствие этого затрудняется прогнозирование ситуаций и долгосрочное планирование. Многие ошибки в конкурентной борьбе обусловлены сложностью самого явления конкуренции, далеко не всегда осознаваемого менеджментом российских предприятий. Решение этой проблемы необходимо начать со структуризации соответствующих понятий и выявления их взаимосвязи.

На сегодняшний день на рынке существует достаточное количество автоматизированных торговых систем, в том числе и в сельском хозяйстве, позволяющих получать необходимые отчеты о проведенных работах. Изучить, что же именно должно быть включено в эти отчеты, и какие отчеты необходимо читать ежедневно, еженедельно, ежемесячно, а также, какие действия следует

предпринимать при тех или иных отклонениях от плановых показателей, сегодня можно всего за 2 дня, на семинаре «Коммерческий менеджмент», проводимый специалистами любой компании [3].

В современном экономическом словаре выделено следующее определение: конкурентоспособность страны - это способность экономики страны, государства участвовать в международной торговле, удерживать и расширять определенные сегменты на мировых рынках, производить продукцию, соответствующую мировым образцам. Определяется технико-экономическим уровнем производства в стране, величиной издержек производства, качеством производимых товаров, развитостью инфраструктуры, наличием абсолютных и относительных преимуществ.

Аналізу конкурентоспособности страны, отрасли и особенно предприятия в отечественной и зарубежной экономической литературе уделено большое внимание. Отдельные авторы утверждают, что универсального определения конкурентоспособности нет и быть не может, а все зависит от того, применительно к какому объекту (предмету) или субъекту оно относится. К сожалению, авторы ограничиваются указанным утверждением, хотя очевидно, что оно не может претендовать на абсолютный характер, а требует хотя бы минимальной типологизации экономических объектов [4].

С целью повышения конкурентоспособности сельскохозяйственных организаций-производителей на примере Орловской области растениеводческой продукции требуется рост рентабельности и качества выпускаемой ими продукции. В свою очередь, увеличение рентабельности возможно за счет роста цены и снижения полной себестоимости 1 Ц., реализуемой сельхозпроизводителями продукции. Наибольший финансовый эффект может быть получен посредством снижения себестоимости производства и реализации единицы продукции при одновременном увеличении объемов ее производства.

Применение элитных и новых сортов сельскохозяйственных культур, районирование, оптимизация системы удобрений, средств защиты растений, осуществление своевременного технического обслуживания и ремонта применяемой сельскохозяйственной техники своими силами, экономное расходование электрической энергии, привлечение высококвалифицированных специалистов будут способствовать росту урожайности и снижению производственных затрат. Для повышения объемов производства растениеводческой продукции необходимо увеличение посевных площадей, в том числе за счет введения в эксплуатацию ранее не использовавшихся земель, использования системы севооборотов и др. При этом следует учитывать, что многолетняя эксплуатация земель сельскохозяйственного назначения без восполнения микроэлементного питания может привести к их значительному истощению и резкому снижению урожайности, уменьшению питательной ценности продуктов сельского хозяйства и животноводства [3].

Немаловажно развивать инфраструктуру села, так как необходимо наличие высококвалифицированных специалистов, ведь их труд более производителен. К сожалению, в настоящее время наблюдается снижение численности населения в селах, что сказывается на недостатке высококвалифицированных механизаторов и других работников массовых профессий сельскохозяйственных организаций,

что также сказывается на качестве выполнения технологических операций при возделывании растениеводческих культур и, в конечном итоге, на их урожайности. Для предотвращения этого процесса необходимо обеспечивать доступным жильем работников агропромышленного комплекса, улучшать социальную сферу села, обеспечивать достойную оплату труда работников.

Для реализации поставленных выше целей, сокращения издержек в сельскохозяйственном производстве администрация Орловской области разработала ряд целевых программ развития села. При этом следует отметить, что Орловская область активно занимается сельским хозяйством, причем сельская экономика занимает значительную часть в экономическом комплексе региона: земли сельскохозяйственного назначения и территории сельских поселений расположены более чем на 90% площади области, на которой проживают свыше 290 тыс. человек, или 35,7% населения. В общей земельной площади Орловской области, составляющей около 2,5 млн. га, 1,9 млн., или 77%, занимают сельскохозяйственные угодья, из которых более 1,5 млн. гектаров, или свыше 79,4% – пашня. В 2012 г. площадь посева озимых зерновых культур составила 417,4 тыс. га, на что было затрачено 34,5 млрд. руб., или 126,5%, к уровню 2010 г.

Объем государственной поддержки сельского хозяйства из федерального бюджета в 2011 г. составил около 2,1 млрд. руб. Из областного бюджета на поддержку сельского хозяйства в 2011 г. было направлено 313,2 млн. руб. На 127,2% обеспечено выполнение целевого индикатора - госпрограммы по внесению минеральных удобрений. Субсидирование мер по поддержке элитного семеноводства региона составило из федерального бюджета за 9 месяцев 2012 г. около 20,2 млн. руб., а из областного бюджета – около 1,1 млн. руб. Финансирование мероприятий по производству рапса за этот же период из федерального бюджета составило около 20962 тыс. руб., из областного бюджета – около 1103,3 тыс. руб., или 100 % и от целевого индикатора [5].

Следует акцентировать внимание на том, что правительство Орловской области утвердило долгосрочную областную целевую программу «Развитие сельского хозяйства и регулирование рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия в Орловской области на 2013-2020 годы». Как отметил заместитель Председателя Правительства области, руководитель агропромышленного блока В. Новиков, задачами программы являются увеличение объемов производства и повышение конкурентоспособности продукции растениеводства и животноводства и продукции их переработки, развитие племенной базы мясного скотоводства, развитие малых форм хозяйствования на селе, техническая и технологическая модернизация, инновационное развитие отраслей.

Ресурсное обеспечение указанной программы составляет 45,1 млрд. руб., в том числе из областного бюджета планируется направить 2,9 млрд. руб., или 6,4%, доля федерального бюджета в финансировании программы прогнозируется в размере 29,1%, внебюджетных источников - 64,5 %. Программой предусмотрена государственная поддержка элитного семеноводства. Также в планах развитие садоводства, в том числе появится новое направление – возмещение части затрат на раскорчевку выбывших из эксплуатации старых садов при условии наличия плана рекультивации земель. Будет оказываться поддержка в кредитовании отрасли растениеводства, переработке ее продукции, развитии

инфраструктуры и логистического обеспечения, управлении рисками в растениеводстве. Меры поддержки также будут направлены на сохранение почвенного плодородия. В рамках выполнения задач по технической и технологической модернизации за 2013-2020 гг. будет приобретено 607 зерноуборочных комбайнов, 62 кормоуборочных комбайнов, 841 трактор. С 2015 г. планируется ежегодная реализация не менее одного инновационного проекта, осуществляемого с участием государственной поддержки. В результате реализации программы индекс производства продукции сельского хозяйства в хозяйствах всех категорий (в сопоставимых ценах) в 2013-2020 гг. увеличится на 22,6%. Рентабельность сельскохозяйственных организаций (с учетом субсидий) в 2020 г. ожидается на уровне 15% [5].

Работа с этическими вопросами управления включается в программы обучения по управлению персоналом и лидерству. Также всё большее число компаний создаёт собственный, достаточно краткий, но однозначный этический кодекс, который, при правильной подаче, становится существенным элементом корпоративной культуры компании.

Таким образом, эффективная реализация вышеуказанных направлений развития сельского хозяйства, в том числе отрасли растениеводства, будет способствовать повышению конкурентоспособности как среди сельскохозяйственных организаций, так и среди производителей растениеводческой продукции.

Список литературы:

1. Бобков, А.Л. Экономия ресурсов как фактор повышения конкурентоспособности сельскохозяйственной промышленности России [Текст] /А.Л. Бобков, Л.В. Бобков - М.: Дашков и К, 2010. - 147 с.
2. Грани конкурентоспособности: государство, регион, предприятие, товар [Текст] /Под ред. С.С. Чернова. - Новосибирск: СИБПРИНТ, 2008. - 186 с.
3. Емельянова, Л.А. Психология конкуренции и конкурентоспособности [Текст] /Л.А. Емельянова - М.: Изд-во МГОУ, 2008. - 441 с.
4. Иванов, С.В. Оценка и формирование конкурентоспособности системы управления компанией [Текст]: монография /С.В. Иванов –Орел :Аксиос,2008.-127с.
5. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://orel.gks.ru/>. Дата обращения:20.02.2013.

Соболева Юлия Павловна

*к.э.н., доцент кафедры маркетинга и торгового дела
Орловского государственного института экономики и торговли
e-mail:soboleva-yp@mail.ru*

Лукашова Виктория Николаевна

*студентка 3 курса факультета учета и информационных технологий
Орловского государственного института экономики и торговли
e-mail: nice.lukashova@bk.ru*