

Министерство образования и науки Российской Федерации

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра экономической
теории и национальной экономики

**РАЗВИТИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

АВТОРЕФЕРАТ МАГИСТЕРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 3 курса 311 группы

направления 38.04.01 «Экономика»: Экономика предпринимательства

Гаджиевой Тамеллы Юсифовны

Научный руководитель

д.э.н., профессор кафедры экономической теории и национальной
экономики _____ Т.И. Трубицына

Зав. кафедрой

к.э.н., зав. каф. экономической теории и национальной экономики
_____ Е.В. Огурцова

Саратов 2017

Введение. Актуальность темы исследования. В рыночных условиях особое значение несет управление конкурентоспособностью предприятия. За последнее время конкуренция в оптовой и розничной торговле увеличилась, что было вызвано внутренними факторами торговли на рынках. Введение санкций, позволило увеличить товарооборот отечественной продукции. Деятельность любого предприятия осуществляется сегодня в условиях достаточно жесткой конкуренции и нестабильной внешней среды. Значительный вклад в развитие теории и практики повышения конкурентоспособности, в том числе и сельскохозяйственного производства, внесли такие зарубежные ученые, как М. Портер, И. Ансофф, Ф. Котлер, М. Х. Мескон, Г. Хэмел, К. Прахалад, Р. Коуз, А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд, Ф. Хаек, П. Друкер. Заслуживают внимания работы отечественных исследователей: Л. И. Абалкина, Г. Л. Азоева, Р. А. Фатхутдинова, А. Ю. Юданова, А. М. Гатаулина, М. И. Гельвановского, П. С. Завьялова, Е. Г. Ясина, С. Ю. Глазьева, А. П. Градова. Конкурентоспособность является абсолютно естественным процессом в рыночной экономике. Специфика рынка овощной продукции заключается в сезонности и динамичной реакции на дополнительные объемы реализуемого товара, что может привести к падению выручки от реализации и повышению уровня коммерческих затрат на его транспортировку и хранение. На рынке конкурентоспособным является товар, обладающий комплексом привлекательных потребительских и качественных свойств.

Цель исследования заключается в анализе конкурентоспособности сельскохозяйственных предприятий Саратовской области, специализирующихся на выращивании овощей в закрытом грунте.

Для достижения данной цели в работе были поставлены следующие задачи: изучить понятие конкурентоспособности, выявить факторы, влияющие на конкурентоспособность, изучить экономическое состояние сельскохозяйственных предприятий в условиях конкуренции, провести

анализ современного состояния тепличного предприятия ООО «Лето-2002» и оценить уровень его конкурентоспособности.

Предметом исследования является изучение развития конкурентоспособности сельскохозяйственных предприятий.

Объектами исследования послужили предприятия Саратовской области, а именно ОАО «Совхоз-Весна», ОАО «Волга», ООО «Теплица Балаковская», ООО «РЭХН», ООО «Отдых 2010». Более углубленные исследования проводились на примере ООО «Лето-2002» Татищевского района Саратовской области.

Научная новизна исследования заключается в анализе современного экономического состояния конкурентоспособности тепличных хозяйств Саратовской области и в выявлении направлений повышения конкурентоспособности сельскохозяйственных предприятий.

Значимость результатов данной работы заключается в ее направленности на решение актуальной проблемы, связанной с развитием тепличных предприятий для улучшения их конкурентоспособности.

Положения, выносимые на защиту:

- теоретическое обоснование содержания конкурентоспособности предприятий;
- факторы, оказывающие влияние на конкурентоспособность тепличных хозяйств;
- экономическое состояние агропромышленных предприятий Саратовской области;
- направление повышения конкурентоспособности сельскохозяйственного производства.

Квалификационная работа состоит из введения, двух глав, название которых «Теоретические аспекты конкурентоспособности предприятий» и «Направление повышения конкурентоспособности сельскохозяйственного производства в Саратовской области», заключения, списка использованной литературы и приложения.

Основное содержание работы. На сегодняшний день конкурентоспособность является естественным процессом в рыночной экономике. Конкурентоспособность – это способность вырабатывать и поддерживать конкурентные преимущества предприятия в области эффективных прогрессивных систем мотивации работников, профессионализма персонала.

Конкурентная борьба в большинстве случаев идет за снижение себестоимости или за расширение потребительских свойств. На конкурентоспособность организации могут влиять следующие факторы: динамика развития экономики, динамика рынка, ориентация на внешний рынок, инновационный потенциал и др.

Конкурентоспособность продукции – это способность продукции соответствовать сложившимся требованиям данного рынка на рассматриваемый период. Категория качества продукции связана с самой конкурентоспособностью. Конкурентоспособность может определяться совокупностью потребительских свойств продукции, которые будут необходимы для того, чтобы в определенный момент она могла быть реализована по соответствующим ценам на рынке.

При большом количестве факторов, оказывающих влияние на конкурентоспособность товара на рынке, приоритетную роль играют: полезность товара, его цена, инновативность продукции. Любой товар со временем начинает расходовать свой потенциал конкурентоспособности, поэтому именно конкурентоспособность новых товаров должна быть определяющей и долговременной после выхода на рынок.

Конкурентоспособность предприятия – это уровень эффективности использования хозяйствующим субъектом экономических ресурсов относительно их использования конкурентами. Для обеспечения эффективной деятельности предприятия важно изучить и проанализировать конкурентную среду. Конкурентная среда – это анализ по предприятиям – конкурентам, конкурирующим товарам и услугам,

необходимы для целенаправленного создания конкурентных преимуществ предприятия, включая значительное количество факторов и показателей.

Изучение конкурентной среды и конкурентоспособности продукции позволяет определить положение предприятия в данной среде, его стороны с точки зрения конкурентоспособности.

У каждой фирмы существует своя стратегия.



Рисунок 1 - Базовые конкурентные стратегии.

Базовая стратегия (рисунок 1) представляет основу конкурентного поведения компании на рынке. Данная стратегия характеризует схему обеспечения преимуществ над конкурентами и формирует стратегию управления предприятиями. Существует так же и другие стратегии. Л. Г. Раменский предложил следующие конкурентные стратегии: виолентная, пациентная, коммутантная и эксплерентная.

Конкурентные преимущества сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия формируются в процессе сложного

взаимодействия системы разнородных факторов.



Рисунок 2 - Факторы, влияющие на конкурентоспособность сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия.

Представленные факторы (рисунок 2) сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия являются результатом действия политики государства, региона, предприятия и рыночных механизмов. Наибольшую значимость имеют факторы, включаемые в организационно-экономический механизм повышения конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции, который представляет собой систему взаимосвязанных целенаправленных экономических форм и методов организации производства и управления им на федеральном, региональном уровнях и на уровне предприятия. К факторам экономического механизма относятся: ценообразование, налогообложение, финансирование (субсидии, авансирование закупок, компенсация затрат на приобретение средств производства), кредитование, страхование, поддержка реальных доходов населения, экспорт продукции. Организационные факторы характеризуются уровнем предпринимательской деятельности, формой хозяйствования, организации труда, развитием кооперации и интеграции производства.

С каждым годом в Саратовской области происходит открытие новых площадей тепличного хозяйства, что подтверждает намерение области

быть в выращивании овощных продуктов в закрытом грунте. На территории Саратовской области работает 6 тепличных хозяйств, общая площадь которых составляет 96,2 га (зимние 74,2 га, весенние пленочные 22 га).

Основными производителями овощей в защищенном грунте являются ОАО «Совхоз Весна», ООО «РЭХН», ООО «Отдых 2010», ТК ООО «МГ-Групп» Саратовского района, ОАО «Волга» г. Балаково, ООО «Лето-2002» Татищевского района.

Таблица 1 - Основные показатели деятельности предприятий защищенного грунта в Саратовской области (фактически 2013 г.)

Показатели	Программа развития АПК на 2016 г.					
	ОАО «Совхоз-Весна»	ОАО «Волга»	ООО «Лето-2002»	ООО «Теплица Балаковская»	ООО «РЭХН»	ООО «Отдых 2010»
Выручка, тыс. руб.	695400	260645	164669	54350	193968	71597
Чистая прибыль, тыс. руб.	62779	5904	22882	2000	19530	-4401
Рентабельность, %	9,1	2,3	1,6	3,7	10,1	-6,2
Площадь зимних теплиц, га	24,00	14,26	8,00	-	16,00	3,00
Площадь весенних теплиц, га	2,00	2,00	9,80	1,50	10,00	-
Объем производства, тыс. т	10,0	6,0	3,5	0,3	5,0	0,9

Таблица 1 позволяет рассмотреть финансовые и технико-экономические показатели. ОАО «Совхоз Весна», ООО «РЭХН», ОАО «Волга» г. Балаково, ООО «Лето-2002» Татищевского района являются лидерами по выручке., т. е. благодаря качественной продукции предприятия и постоянному спросу фирмы реализуют большое количество товаров. Выручка ОАО «Совхоз Весна» превышает в 4,2 раза по сравнению с ООО «Лето-2002» и в 2,6 раз относительно ОАО «Волга». Чистая прибыль ООО «Лето-2002» больше, чем у предприятия «РЭХН» в

1,2 раза, но меньше, чем у ОАО «Совхоз Весна» в 2,7 раз. Анализ рентабельности предприятий показал, что все сельскохозяйственные комплексы в полной мере отражают эффективность их деятельности, кроме ООО «Отдых 2010». Рентабельность данного предприятия низкая, вероятно это связано с низкими продажами. По объему производства лидирует предприятия «Совхоз Весна», «Волга», «РЭХН», поскольку площади зимних и весенних теплиц превышают в 1,5 раза по сравнению с другими указанными предприятиями.

Экономическое состояние большинства тепличных предприятий определяется постоянным повышением цен на энергоносители, отсутствием доступного банковского кредита, что не позволяет модернизировать и реконструировать существующие теплицы, переходить на современные технологии выращивания, внедрять энерго-, тепло-, трудосберегающие технологии. Объемы потребления овощей существенно зависят от доходов граждан и по региональному признаку.

В Саратовской области созданы благоприятные условия для развития овощеводства. Сельскохозяйственным производителям оказывается государственная поддержка, проводятся научные разработки в области селекции и семеноводства, ведётся научно-инновационное и кадровое обеспечение отрасли. В последние годы активно проводится государственная поддержка отрасли, выраженная в целевой ведомственной программе «Развитие овощеводства в защищенном грунте в Саратовской области на 2014-2016 годы» с продолжением осуществления мероприятий до 2020 года. Цель программы – достижение необходимого уровня обеспечения потребности населения страны в тепличной овощной продукции российского производства по рекомендуемым медициной нормам рационального питания.

На примере конкретного предприятия ООО «Лето-2002», можно сказать, что инвестирование предприятия происходит за счет собственных средств. Предприятие ООО «ЛЕТО – 2002» производит продукцию по

малообъемным технологиям, делая ее качественной и конкурентоспособной. Рассматриваемое тепличное хозяйство реализует около 3 тысяч тонн продукции в год. Инвестирование за счет собственных средств обеспечивает предприятию нормальное функционирование и стабильное финансовое состояние.

Таблица 2 - Динамика цен на 2013-2016 гг.

Показатель	Год			
	2013	2014	2015	2016
Огурец	47 руб.	53 руб.	64 руб.	65,50 руб.
Томат	37,50 руб.	42,40 руб.	46,60 руб.	47,70 руб.

Анализ динамика цен, указанный в таблице 2, показывает рост цен в период с 2013 года по 2016. С каждым годом спрос на продукцию растет. Ведение санкций и импортозамещения стали благоприятными для предприятий, образовалась большая конкуренция внутри страны, а значит, растет предложение. Но такое изменение цен не соответствует себестоимости потребляемых газа, электроэнергии, сырья и материалов. Так, например, цена на удобрения в 2013 году составляла 21 002 327 руб., в 2016 году цена выросла до 36. 203 220 руб. Цена на стекло в 2015 году составляла 2 002 943, 20 руб., в 2016 году – 6 541 030, 62 руб. Для того, чтобы компенсировать потраченные средства предприятие пользуется государственной поддержкой.

Агропромышленный маркетинг представляет собой важную систему для сельскохозяйственных предприятий. С помощью данного процесса организация способна управлять движением сельскохозяйственной продукции от товаропроизводителей до потребителей. Реализация осуществляется не только в Саратовской области, но и в других регионах Российской Федерации.

На сегодняшний день 35% продукции реализуется на территории Саратовской области и 65% товаров реализуется по всей территории России.

Таблица 3 - Количество реализованной продукции на 2013-2016 гг.

Показатель	Год			
	2013	2014	2015	2016
Огурец	1 971 973 кг	2 436 223 кг	2 312 285 кг	2 176 850 кг
Томат	1 215 030 кг	1 394 680 кг	1 201 880 кг	1 229 133 кг
Итого	3 187 003 кг	3 830 903 кг	3 514 165 кг	3 405 983 кг

Анализ таблицы 3 показывает, какое количество тонн продукции ежегодно реализуется. В 2013 году было реализовано в 1,3 раза тонн продукции меньше, в сравнении с показателем 2014 года. Такой высокий показатель указывает на высокую урожайность этого года. В 2015 предприятие реализовало в 1,1 раза тонн томатов и огурцов, больше, чем в 2016 году. Рост и спад количества реализованной продукции зависит от спроса на данный товар и от реального дохода потребителя. В 2014 году была произведена самая большая реализация товара, это связано с тем, что были наложены санкции, а позже введена программа импортозамещения. Данная программа позволила предприятию повысить спрос на продукцию, а также получить высокий доход от реализованной продукции. Незначительный спад реализации связан с вновь ввозимой продукцией из теплых стран, которая создает большую и сильную конкуренцию отечественным производителям.

Государственная поддержка немало важна для сельскохозяйственных предприятий. Компания ООО «Лето – 2002» пользуется поддержкой государства. Субсидии помогают предприятию сократить затраты, что является достаточно выгодным для предприятия, у которого нет кредита.

На сегодняшний день применение агропромышленного маркетинга это возможность обеспечения прибыльности и ликвидности предприятия при удовлетворении потребностей покупателя. Государственная поддержка позволяет предприятию экономить и одновременно приобретать дополнительное сырье и материалы, в которых нуждается предприятие. Строительство и модернизация тепличных хозяйств на 20% совершается

благодаря полученным субсидиям.

Заключение. Проблемы повышения конкурентоспособности отечественной продукции являются одними из наиболее сложных и актуальных. Такие проблемы должны находить решение на уровне регионов. За определенный период времени государство может помочь сельскохозяйственным предприятиям в модернизации оборудования, использовать инновационную технику и технологии. Следует не только поддерживать отечественных производителей, но и совершенствовать рыночную инфраструктуру на товарном и потребительском рынке. Следует также ликвидировать негативное воздействие на конкуренцию со стороны монополистов и других посредников. Рынок должен быть доступен для производителей сельскохозяйственной продукции.

Повышение конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции позволит укрепить позиции отечественных товаропроизводителей на внутреннем рынке. Значение конкуренции рыночной экономики огромно. Конкуренция является неотъемлемой частью рыночной среды.

Конкурентоспособность сельскохозяйственных предприятий растет. Для эффективной работы необходим рациональный метод использования ресурсов.

В Саратовской области остается неизменной тенденция самообеспечения населения товарами закрытого грунта. Конкуренцию тепличным предприятиям составляют импортные производители, которые постоянно усовершенствуют технологии выращивания и расширяют рынки сбыта. Благодаря экологическим преимуществам овощей защищенного грунта жители Саратовской области больше предпочитают отечественную продукцию.

На сегодняшний день на внутреннем рынке присутствует достаточно серьезная конкуренция. Тепличные хозяйства развиваются, площади закрытого грунта становятся все больше. Саратовская область занимает лидирующее место в Приволжском округе по выращиванию овощей в

закрытом грунте. Предприятия модернизируются, что позволяет производить более качественную продукцию и конкурировать с импортными производителями.

Тепличное хозяйство ООО «Лето-2002» зарекомендовало себя на рынке как качественное и конкурентоспособное предприятие. Данное хозяйство производит продукцию по малообъемным технологиям, что делает ее качественной и конкурентоспособной. Рассматриваемое тепличное хозяйство реализует около 3 тысяч тонн продукции в год. Инвестирование за счет собственных средств обеспечивает предприятию нормальное функционирование и стабильное финансовое состояние. Показатели данного предприятия находятся на хорошем уровне и позволяют конкурировать с ведущими предприятиями Саратовской области и занимать далеко не последнее место.

Государственная поддержка позволяет предприятию экономить и одновременно приобретать дополнительное сырье и материалы, в которых нуждается предприятие.