

УДК 336.1

## **ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РЫНКА**

**Гумарова Ф.З.,<sup>1</sup> Шарнина Н.М.<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>ФГБОУ ВПО «Марийский государственный университет», Йошкар-Ола, Россия (424000, Йошкар-Ола, пл. Ленина, 1), e-mail: [gumarovaf@mail.ru](mailto:gumarovaf@mail.ru)

---

Решение проблем повышения конкурентоспособности предприятий продовольственного комплекса является ключевым условием обеспечения продовольственной безопасности России. В этой связи важно выявить общие проблемы, с которыми сталкиваются все участники продовольственного рынка, а также идентифицировать специфические проблемы, проявляющиеся в конкретных условиях деятельности тех или иных предприятий-участников продовольственного рынка. Для повышения конкурентоспособности предприятиям необходимо учитывать специфику проблем, структуру рынка и степень своей самодостаточности и свободы деятельности. С этой целью целесообразно проводить диагностику положения предприятия на продовольственном рынке, сравнительную оценку успешности работы предприятия в динамике за ряд лет, а также с предприятиями-лидерами.

---

Ключевые слова: продовольственный рынок, конкурентоспособность, самодостаточностью хозяйствующего субъекта, свободой экономического субъекта (предприятия).

## **PROBLEMS OF INCREASE OF COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISES OF THE FOOD MARKET**

**Gumarova F.Z.<sup>1</sup>, Sharnina N.M.<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>FGBOU VPO "Mari State University", Yoshkar-Ola, Russia (424000, Yoshkar-Ola, Lenin Square, 1), e-mail: [gumarovaf@mail.ru](mailto:gumarovaf@mail.ru)

---

The solution of problems of increase of competitiveness of the enterprises of a food complex is a key condition of ensuring food security of Russia. In this regard it is important to reveal common problems which all participants of the food market face, and also to identify the specific problems which are shown in specific conditions of activity of these or those participating enterprises of the food market. For competitiveness increase the enterprises need to consider specifics of problems, structure of the market and degree of the self-sufficiency and freedom of activity. It is for this purpose expedient to carry out diagnostics of position of the enterprise in the food market, a comparative assessment of success of work of the enterprise in dynamics for a row of years, and also with the leading enterprises.

---

Keywords: food market, competitiveness, self-sufficiency of an economic entity, freedom of the economic subject (enterprise).

Участники продовольственного рынка для обеспечения собственной конкурентоспособности сталкиваются с разного рода проблемами. Эти проблемы могут быть порождены как положительными тенденциями (открытием новых бизнес-единиц), так и кризисными ситуациями. Решение проблем повышения конкурентоспособности предприятий продовольственного комплекса является ключевым условием обеспечения продовольственной безопасности России. Для повышения конкурентоспособности предприятиям необходимо учитывать специфику проблем, структуру рынка и степень своей самодостаточности и свободы деятельности.

**Цель исследования**

Идентификация проблем повышения конкурентоспособности производится с учетом общего состояния продовольственного рынка, бизнес-климата и рыночного потенциала экономических субъектов Республики Марий Эл.

Решение проблем повышения конкурентоспособности должно основываться на выявлении их причин, обосновании приоритетности задач по повышению конкурентоспособности производства и разработке комплекса мер, направленных на их успешное преодоление [1].

### **Материал исследования**

К общим проблемам участников продовольственного рынка следует отнести те из списка, которые порождены неразвитостью рыночной инфраструктуры, коррупцией в государстве, низким платежеспособным спросом населения, слабой инвестиционной привлекательностью российского бизнеса, незащищенностью российского товаропроизводителя от международных конкурентов. А также те проблемы, которые возникают у участников рынка в силу осуществления экономической деятельности, диверсификации деятельности, выхода в другие сферы АПК: сферы производства, сбыта.

Специфические проблемы – это проблемы, во-первых, конкретных предприятий (обеспеченность основными и оборотными средствами, кадровый состав предприятия, необходимость организации эффективной деятельности предприятия и т.п.);

во-вторых, специфики отдельной товарной отрасли (сезонность производства и потребления, требования к переработке, хранению и транспортировке продукции);

в-третьих, конкретного вида деятельности участников (сельскохозяйственный товаропроизводитель, перерабатывающее предприятие, торговое предприятие).

В таблице 1 рассмотрим ряд специфических отраслевых проблем повышения конкурентоспособности участников продовольственного рынка.

Таблица 1

Общие и специфические проблемы повышения конкурентоспособности участников продовольственного рынка [4]

Проблемы повышения конкурентоспособности участников продовольственного рынка		
Сельскохозяйственных товаропроизводителей	Пищевых предприятий	Торговых продовольственных магазинов
<b>ОБЩИЕ</b>		
Скоропортящийся характер продукции; она колеблется по качеству; требует сортировки; объемна; требует специально организованного хранения для более позднего использования, плохо транспортабельна; необходима в рационе человека ежедневно.		
<b>СПЕЦИФИЧЕСКИЕ</b>		

Зависимость деятельности от природных и биологических факторов.	Незначительный разрыв между ценой и себестоимостью.	Необходимость реализации продукции вне периода ее производства.
Сезонность производства.	Нестабильные цены.	Неэластичный спрос на продукцию.
Колебание объемов производства по годам.	Многочисленные конкуренты.	Дорогостоящие транспортировка и сохранение качества продукции.
Продолжительный период становления производства, его сокращения и расширения.	Поиск поставщика качественной продукции.	Низкая степень индивидуализации продавцов.
Удаленность от потребителя.	Проблема стабильности поставок продукции.	
Ограниченный природой воспроизводственный цикл.		

Проблемы участников возникают из-за силы или слабости их предприятий. Рассмотрим конкурентную силу участника как покупателя или, соответственно, конкурентную слабость как поставщика. В тандемах «сельскохозяйственный товаропроизводитель – пищевое предприятие» и «пищевое предприятие – розничная торговля» сегодня сильным звеном является покупатель (закупщик), он диктует цены, выставляет условия своего вознаграждения за покупку. Другой случай, конкурентоспособность регулирующего (органы государственной власти) и регулируемого (сельскохозяйственные товаропроизводители, пищевая промышленность, торговля) участников. Сила реализуется через административное вменение низкого уровня цены, корректировку адресантов государственной поддержки, ее форму и размер. Слабость выражается в ограниченных возможностях вышеназванных предприятий противостоять административным ограничениям в противовес административным санкциям [5].

Термин «продовольственный рынок» имеет узкое и расширенное значение. В узком понимании – это структура, обеспечивающая совершение операций по купле и продаже продовольственных товаров. В широком понимании продовольственный рынок – это группа субъектов экономической деятельности, обеспечивающая население региона, страны, территории продовольственными товарами. К участникам продовольственного рынка относятся: во-первых, бизнес (сельскохозяйственные товаропроизводители, пищевые и перерабатывающие предприятия, предприятия сферы торговли); во-вторых, население региона, страны, территории и т.п.; в-третьих, государство, как гарант развития стабильного продовольственного рынка и обеспечения должного уровня продовольственной безопасности страны.

В таблице 2 представлены основные товарные направления предприятий продовольственного комплекса Республики Марий Эл.

Таблица 2

Основные направления деятельности предприятий продовольственного рынка Республики Марий Эл

<b>Сельское хозяйство</b>	<b>Объем производства</b>	<b>Перерабатывающие предприятия</b>	<b>Количество, шт.</b>
Выращивание свиней, тыс. гол.	180	Производство хлеба и хлебобулочных изделий	37
Выращивание птицы, тыс. гол.	4404,6	Переработка мяса (говядина, свинина, птица)	27
Выращивание крупного рогатого скота, тыс. гол.	99,2	Производство кондитерских изделий	22
Выращивание овец и коз, тыс. гол.	64,5	Молоко и молочная продукция	13
Выращивание лошадей, тыс. т	0,0	Изготовление корма	10
Молоко, тыс. т	201	Изготовление безалкогольных напитков	10
Яйца, млн шт.	333,4	Переработка рыбы	7
Шерсть, тыс. т	0,0	Переработка овощей	6
Зерно, тыс. т	289,9	Производство мороженого	2
Картофель, тыс. т	281,2	Производители алкогольной продукции	2
Овощи, тыс. т	184,4	Производство муки	2
Льноволокно, тыс. ц	0,9	Производство кожевенного сырья	1

Большинство сельскохозяйственных предприятий, в том числе глубоко специализированные, например, птицефабрики, овощные предприятия, имеют широкую номенклатуру производимой растениеводческой и животноводческой продукции. Среди сельских предприятий с глубокой степенью специализации выделяют хозяйства, ориентированные на выращивание зерна, овощей открытого и закрытого грунта, откорм свиней и птицы.

В связи с низкими ценами на молоко и высокими затратами на содержание крупного рогатого скота количество поставщиков молока на рынке республики постоянно сокращается.

Откормом крупного рогатого скота занимаются многие хозяйства. Однако из-за высоких затрат на содержание животных многие хозяйства сокращают откорм крупного рогатого скота.

Сфера переработки и пищевого производства представлена 96 предприятиями. Наиболее распространенными товарными направлениями являются производство хлеба и хлебобулочных изделий, переработка мяса (говядина, свинина, птица, кролик) и производства мясных и

кондитерских изделий. В республике хлебобулочные изделия выпекают 37 крупных, средних и малых предприятий. Переработкой мяса в республике занимаются 27 предприятий. Предприятия перерабатывают говядину, свинину, птицу (куриное и гусиное мясо), крольчатину, мясо мелкого рогатого скота.

Производством кондитерских изделий занимаются 22 предприятия. В основном это производители хлебобулочных изделий, которые также поставляют разнообразный ассортимент кондитерской продукции.

Производством молочной продукции занимаются 13 предприятий республики; производством безалкогольных напитков – 10 предприятий; переработкой рыбы – 7; переработкой овощей – 6.

В республике сектор торговли продовольственной продукцией представлен мелкими розничными предприятиями и торговыми сетями (местными и федеральными). На территории Марий Эл функционирует более 58 торговых сетей. Из федеральных торговых ритейлов присутствуют сети: «Магнит», «Eurospar», «Перекресток», «Пятерочка», «Карусель». Из местных сетей – самыми распространенными являются «Гурман» и «Наш». Таким образом, торговая сеть только города Йошкар-Ола представлена 4239 стационарными объектами торговли и общественного питания, в том числе 277 объектами мелкорозничной торговли, 5 рынками (на 2300 торговых мест), 304 объектами общественного питания [3]. Сельскохозяйственные товаропроизводители и перерабатывающие предприятия работают на рынке предприятий.

Таблица 3

Объем и структура продаж продовольственных товаров в Республике Марий Эл в 2012 году

Наименование муниципальных образований	Тыс. руб.	Структура, %
Республика Марий Эл	23892284,7	100,00
в том числе:		
<i>городские округа</i>		
город Йошкар-Ола	13698736,6	57,34
город Волжск	1761697,4	7,37
город Козьмодемьянск	700582,5	2,93
<i>муниципальные районы</i>	7731268,2	32,36
Волжский	438548,3	1,84
Горномарийский	408256,5	1,71
Звениговский	1673226,8	7,00
Килемарский	246996,5	1,03
Куженерский	212913,6	0,89

Мари - Турекский	403887,8	1,69
Медведевский	1734114,2	7,26
Моркинский	739217,5	3,09
Новоторъяльский	255458,3	1,07
Оршанский	281775,6	1,18
Параньгинский	259193,6	1,08
Сернурский	484878,6	2,03
Советский	431161,1	1,80
Юринский	161639,8	0,68

[2] - источник информации

И только розничная торговля предлагает свою продукцию на потребительский рынок. Объем розничного товарооборота продовольственными товарами за 2012 г. отражен в таблице 3.

Из таблицы видно, что 57,3 % покупок совершают жители города Йошкар-Ола, 32,4 % - жители районов.

Оценка уровня конкурентной самодостаточности и свободы участников продовольственного рынка начинается с определения сущности этих понятий.

Под самодостаточностью хозяйствующего субъекта мы понимаем «способность предприятия, используя только собственные ресурсы и возможности, закупать конкурентоспособные средства и предметы производства (сырье, деньги, работники, оборудование), производить доступный и качественный товар, продавать по эффективной цене и в необходимом объеме свою продукцию, получая при этом растущую прибыль от предпринимательской деятельности».

Оценивать уровень самодостаточности можно: в разрезе предприятий отрасли, в сравнении с предыдущим периодом, в сравнении с предприятием-лидером отрасли. Алгоритм оценки самодостаточности и свободы участников продовольственного рынка строится исходя из целей проводимой оценки. Предприятия анализируют степень внешней свободы экономических субъектов в отрасли (эффективности предпринимательской среды) для первоначального выбора или корректировки уже выбранной стратегии развития.

Оценка самодостаточности или внутренней свободы проводится предприятием для диагностики успешности своей деятельности.

Алгоритм оценки включает следующие шаги:

Шаг 1. Оценка внешней свободы или эффективной предпринимательской среды, сформированной оптимальной государственной экономической политикой и действующим рыночным механизмом предполагает достижение следующих показателей:

- 1) прибыльное существование предприятий разного масштаба бизнеса;

- 2) равные условия государственной поддержки разных экономических субъектов;
- 3) доля одного контрагента не превышает 30 % общего объема продаж;
- 4) полнота интеграция предприятий по вертикали и по горизонтали;
- 5) конкуренция по структуре маркетинга, а не ценовая;
- 6) жесткая антикоррупционная политика и прозрачность работы властей всех уровней;
- 7) жесткая антимонопольная политика.

Шаг 2. Оценка самодостаточности экономического субъекта или его внутренней свободы предполагает достижение следующих показателей фирмой:

- 1) Первенство фирмы по уникальности товарного предложения.
- 2) Первенство фирмы по дешевизне закупаемого сырья.
- 3) Первенство фирмы по уровню рентабельности продаж продукции предприятия.
- 4) Первенство фирмы по темпам роста объемов сбыта.
- 5) 100 % собственных оборотных средств.
- 6) Снижение стоимости закупаемых ресурсов в расчете на единицу готовой продукции и с учетом роста его качества.
- 7) Превышение производственной себестоимости продукции над суммой накладных расходов и транзакционных издержек. Сокращение их в динамике.

Шаг 3. Сравнительная оценка успешности работы предприятия в динамике, в сравнении с предыдущими периодами, с предприятиями-лидерами.

### **Выводы**

Таким образом, на современном этапе для повышения конкурентоспособности предприятиям необходимо учитывать специфику проблем, структуру рынка и степень своей самодостаточности и свободы деятельности. С этой целью целесообразно проводить диагностику положения предприятия на продовольственном рынке, сравнительную оценку успешности работы предприятия в динамике, а также с предприятиями-лидерами.

*Исследование выполнено в рамках реализации гранта РГНФ №14-12-12001*

### **Список литературы**

1. Гумарова Ф.З., Казаковцева М.В. Развитие механизма управления государственными финансами с учётом конкурентных особенностей развития АПК Республики Марий Эл // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 5; [Электронный ресурс] / Режим доступа: [www.science-education.ru/119-15208](http://www.science-education.ru/119-15208)

2. Краткий статистический сборник по Республике Марий Эл за 2012 г. [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://maristat.gks.ru/>.
3. Отчет о социально-экономическом состоянии Республики Марий Эл за 2012 г. [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Йошкар-Ола>.
4. Шарнина, Н.М., Арутюнян, С.М. Система управления конкурентоспособностью предприятий агропромышленного комплекса: Монография / Мар. гос. ун-т. - Йошкар-Ола, 2013. – 190 с.
5. Шарнина, Н.М. О сущности понятия «конкурентоспособность» / Н.М. Шарнина // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – М., 2014. - № 3. – С.21-22.

**Рецензенты:**

Царегородцев Е.И., д.э.н., профессор кафедры экономики и финансов, ФГБОУ ВПО «Марийский государственный университет», г. Йошкар-Ола;

Смирнов А.А., д.э.н., профессор кафедры управления малым и средним бизнесом, ФГБОУ ВПО «Марийский государственный университет», г. Йошкар-Ола.