

Вестник Евразийской науки / The Eurasian Scientific Journal <https://esj.today>

2018, №6, Том 10 / 2018, No 6, Vol 10 <https://esj.today/issue-6-2018.html>

URL статьи: <https://esj.today/PDF/89ECVN618.pdf>

Статья поступила в редакцию 22.12.2018; опубликована 19.02.2019

Ссылка для цитирования этой статьи:

Майданевич В.П. Оценка конкурентоспособности и конкурентных преимуществ предприятий отрасли птицеводства Республики Крым // Вестник Евразийской науки, 2018 №6, <https://esj.today/PDF/89ECVN618.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

For citation:

Maidanevych V.P. (2018). Organizational and economic mechanism of quality management of staffing of agro-industrial complex of the region. *The Eurasian Scientific Journal*, [online] 6(10). Available at: <https://esj.today/PDF/89ECVN618.pdf> (in Russian)

УДК 636.5:33

Майданевич Владимир Петрович

ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», Симферополь, Россия

Институт экономики и управления

Аспирант кафедры «Управления персоналом и экономикой труда»

E-mail: vovan2010xxx@mail.ru

Оценка конкурентоспособности и конкурентных преимуществ предприятий отрасли птицеводства Республики Крым

Аннотация. В статье показана роль конкуренции в развитии современной экономики, отражено значение повышения конкурентоспособности предприятий и поиска конкурентных преимуществ для их эффективной производственно-хозяйственной деятельности.

Целью проведенного исследования явилась разработка и апробация методик оценки конкурентоспособности и конкурентных преимуществ предприятий отрасли птицеводства в Республике Крым. На основе применения корреляционно-регрессионной модели было установлено, что уровень рентабельности птицеводческих предприятий находится в прямой зависимости от количества произведенной продукции, уровня ее товарности, продуктивности птицы, расхода кормов и их стоимости, оплаты 1 чел.-ч., материальных расходов на производство продукции и цены ее реализации.

Эффективность стратегии достижения конкурентных преимуществ рекомендуется определять через моделирование комплексного показателя устойчивости предприятия на конкурентном рынке, как среднего арифметического или среднего геометрического показателей, которые характеризуют прочность позиций соответствующего предприятия и свойство адаптивности на этом рынке.

Для оценки конкурентоспособности предприятий отрасли птицеводства целесообразно использовать методический подход, базирующийся на расчете коэффициента потребительской стоимости (КПС), который предлагается определять как отношение совокупности свойств продукции (совокупности маркетинговых, управленческих и организационных решений предприятия) к совокупности требований или нужд со стороны потребителей.

Апробация методики оценки конкурентоспособности предприятий отрасли птицеводства Республики Крым свидетельствует о необходимости разработки птицеводческими предприятиями эффективной стратегии развития их продукции. Анализ

значения коэффициента потребительской стоимости на разных стадиях жизненного цикла продукции птицеводства позволит предприятиям оперативно отслеживать позицию своих товаров на рынке и своевременно принимать решения относительно изменения производственных и маркетинговых технологий.

Ключевые слова: конкурентоспособность; конкурентные преимущества; птицеводство; продукция отрасли птицеводства; оценка; анализ; Республика Крым; эффективность; стратегия

Введение

В условиях стремительного развития рыночной экономики и появления новых субъектов хозяйствования важнейшей характеристикой предприятия становится его конкурентоспособность. Даже в тех отраслях, которые носят монопольный характер, конкуренция проявляется в борьбе за получение государственных заказов, за льготные условия отпуска продукции и услуг монополистов, за сохранение самого статуса монопольного рынка. Конкурентными преимуществами товаропроизводителя могут стать любые факторы и условия его производственно-хозяйственной деятельности, начиная от качественных характеристик выпускаемого продукта до оптимизированной организации сбыта и логистики.

В отдельных отраслях экономики конкуренция носит более жесткий характер, что вызвано облегченными условиями вхождения на рынок, высоким спросом на его продукцию, а, следовательно, и большим количеством участников. Примером такой отрасли выступает птицеводство, несмотря на то что рынок птицеводческой продукции далек от полного насыщения, как в мире, так и в Российской Федерации [7].

Вопросы развития конкуренции, конкурентоспособности предприятий и их продукции, конкурентных преимуществ находятся в центре внимания многих отечественных и зарубежных ученых. В частности, общие принципы конкурентоспособности современных организаций раскрыты в учебнике Г.Д. Антонова, О.П. Ивановой и В.М. Тумина [1], монографии В.Т. Прохорова, Г.Ю. Волковой, Э.Ф. Гетмановой и других авторов [5], научной статье Е.А. Лебеденко и А.А. Капустиной [6] и т. д. Особенности конкуренции на аграрном рынке и, в частности, рынке птицеводческой продукции, посвящены работы Э.В. Васильева и Е.В. Шалавиной [2], И.И. Голубова [3], И.Н. Горетова [4], В.Е. Мамаевой [8], И.Л. Ногас [9], Н.А. Орловой [10], Е.А. Стебенева и Н.А. Кашириной [12], А.В. Чинарова [14]. В то же время, отдельные вопросы оценки конкурентоспособности и конкурентных преимуществ предприятий отрасли птицеводства на уровне отдельных регионов нуждаются в дальнейшем исследовании.

Методы

Анализ и оценку конкурентных преимуществ предприятий отрасли птицеводства необходимо осуществлять поэтапно. Прежде всего, следует выявить факторы, влияющие на эффективность производства продукции птицеводческих предприятий. С этой целью был использован метод корреляционно-регрессионного анализа.

Результаты

Для целей мониторинга конкурентоспособности птицеводческих предприятий была выбрана Республика Крым как регион с исторически сложившимися предпосылками и благоприятными перспективами развития отрасли птицеводства. Наилучшие результаты в производстве яиц и мяса птицы экономика полуострова демонстрировала еще в годы СССР. В

составе Российской Федерации отрасль птицеводства Крыма пока имеет негативную динамику снижения объемов производства продукции (табл. 1).

Таблица 1

Показатели развития отрасли птицеводства в Республике Крым, 2014-2017 гг.

Показатели	2014 год	2015 год	2016 год	2017 год
Поголовье птицы, тыс. голов	8938,5	9283,2	6761,0	7954,2
Производство мяса птицы, тыс. т	88,7	76,8	74,5	72,8
Производство яиц, млн шт.	550,0	487,6	485,1	465,7

Как свидетельствуют данные, отраженные в табл. 1, за период 2014-2017 гг. поголовье птицы в Республике Крым снизилось на 984,3 тыс. голов или 11,0 % (хотя в последний год наблюдается его рост по сравнению с 2016 годом на 1193,2 тыс. голов или 17,6 %), производство мяса птицы сократилось на 15,9 тыс. т или 17,9 %, яиц – на 84,3 млн шт. или 15,3 %. Основными причинами такого состояния отрасли птицеводства в регионе являются отсутствие собственной кормовой базы у большинства птицеводческих предприятий, значительный износ оборудования (особенно в яичном птицеводстве), недоиспользование птицефабриками внутренних резервов производства и их неэффективная работа в соответствующих сегментах продовольственного рынка, низкий уровень маркетинговых коммуникаций и корпоративной культуры.

Задачи повышения эффективности функционирования предприятий отрасли птицеводства Республики Крым приводят к необходимости более глубокого анализа их конкурентных преимуществ на внутреннем и внешних аграрных рынках. На основе применения корреляционно-регрессионной модели было установлено, что один из результативных показателей, а именно, – уровень рентабельности птицеводческих предприятий, находится в прямой зависимости от количества произведенной продукции, уровня ее товарности, продуктивности птицы, расхода кормов и их стоимости, оплаты 1 чел.-ч., материальных расходов на производство продукции и цены ее реализации. Коэффициент множественной корреляции между указанными факторами и полученным результатом составляет почти 1 и свидетельствует, что между признаками существует тесная связь (табл. 2).

Данные проведенного исследования свидетельствуют, что повышение продуктивности кур-несушек увеличивает уровень рентабельности на 0,03 %, рост их среднесуточного прироста – на 0,83 %. В значительной мере влияет на результативность показатель уровня товарности: на предприятиях по производству яиц уровень рентабельности увеличивается на 0,61 %, мяса птицы – на 0,98 %. Существенный вес также имеют расходы кормов, при увеличении которых уровень рентабельности производства мяса птицы увеличивается на 0,34 %, по производству яиц – на 1,70 %. Однако при увеличении стоимости 1 ц корм. ед. уровень рентабельности производства яиц уменьшается на 0,19 %, мяса птицы – на 0,31 %. Аналогичной является тенденция увеличения доли материальных затрат, вследствие которой уровень рентабельности предприятий по производству яиц уменьшается на 0,17 %, мяса птицы – на 0,05 %.

На основании полученных аналитических данных была проведена оценка конкурентных преимуществ предприятий отрасли птицеводства различных форм хозяйствования и определена их конкурентоспособность. Следует отметить, что наряду с ценовыми факторами, все большее значение для потребителей продукции птицеводства приобретают такие ее ценностные характеристики, как качество и безопасность. Их обеспечение формирует конкурентные преимущества товаропроизводителей на отраслевом рынке яиц и мяса птицы, способствует установлению долгосрочных взаимовыгодных отношений с покупателями. К внутренним факторам конкурентоспособности птицеводческих предприятий можно отнести наличие собственной племенной и кормовой базы, инновационных и ресурсосберегающих

технологий, вертикальной интеграции производственных и бытовых структур, товарного знака и фирменной торговли, системы соответствия международным стандартам качества и т. д.

Таблица 2

Корреляционно-регрессионное исследование влияния факторов на эффективность производства продукции птицеводства в предприятиях Республики Крым (2015-2017 гг.)

№ п/п	Результативный показатель	Уравнение регрессии	R^2	
1	Уровень рентабельности производства мяса птицы	$\tilde{y}_x = -191,005 + 0,0042x_1 + 0,9762x_2 + 0,8343x_3 + 0,3368x_4 + 0,2272x_5 - 0,3109x_6 + 0,5997x_7 - 0,0519x_8 + 0,1535x_9$	0,9556	
2	Уровень рентабельности производства яиц	$\tilde{y}_x = -141,879 + 0,0275x_1 - 0,6147x_2 + 0,0266x_3 + 1,7049x_4 + 0,6478x_5 - 0,1911x_6 + 5,8936x_7 - 0,1770x_8 + 0,5875x_9$	0,9093	
	Содержание факторных признаков	Частичные коэффициенты корреляции		
		мясо	яйца	
x_1	Произведено суточной продукции: ц; тыс. шт.	0,8093	0,7941	
x_2	Уровень товарности, %	0,2166	0,3575	
x_3	Продуктивность птицы: г/сутки; шт./час	0,9167	0,7024	
x_4	Расход кормов на 1 гол.: кг корм. ед.	0,9274	0,6675	
x_5	Расход концентрированных кормов на 1 гол.: кг корм. ед.	0,9074	0,6813	
x_6	Стоимость 1 ц корм. ед., руб.	-0,2345	-0,7364	
x_7	Оплата 1 чел.-ч., руб.	0,4919	0,7463	
x_8	Материальные затраты на: 1 ц продукции; на 1000 шт. яиц, руб.	-0,8249	-0,4633	
x_9	Цена реализации продукции: 1 ц, 1 тыс. шт.	0,7624	0,8399	

Проведенный анализ причин несовершенства стратегических планов птицеводческих предприятий позволил выделить наиболее существенные: отсутствие методики разработки стратегии и планов, низкая оперативность их корректировки, недостаток и недостоверность управленческой информации, продолжительный период согласования стратегий, изменение стратегии и стратегических планов вследствие невозможности обеспечения их реализации необходимыми финансовыми и материальными ресурсами, а не в связи с изменением рыночной конъюнктуры. Это предопределяет необходимость совершенствования механизма формирования и реализации стратегии достижения конкурентных преимуществ.

Под стратегией достижения конкурентных преимуществ в общем виде понимается комплекс долговременных действий предприятия в борьбе с конкурентами, опирающийся на повышение качества товаров, снижение издержек, дифференциацию продукта, проникновение на новые рынки и другие направления роста их конкурентоспособности.

Основы стратегического подхода к оценке конкурентных преимуществ были заложены М. Портером, который выделил три основных вида конкурентных стратегий: стратегию лидерования на основе снижения затрат, стратегию дифференциации и стратегию фокусирования [11]. Более расширенную классификацию такого рода стратегий предложили А.А. Томпсон и А.Дж. Стрикленд, включившие в их перечень стратегию лидерования на основе снижения затрат, стратегию широкой дифференциации, стратегию оптимальных затрат и две сфокусированные стратегии (стратегии рыночных ниш) – на основе низких затрат и на основе дифференциации продукции [13].

Следует отметить, что в практике птицеводческих предприятий выбор и разработка стратегий достижения конкурентных преимуществ должны базироваться на результатах диагностики финансового состояния организаций и их привлекательности в глазах

потребителей, которая проводится в рамках оценки их конкурентоспособности. Однако, зачастую такая диагностика затруднена в силу целого ряда обстоятельств. Во-первых, в научной литературе не сформирована единая модель, характеризующая взаимосвязь и взаимозависимость конкурентоспособности предприятия и инструментов ее достижения, во-вторых, отсутствует комплексная количественная методика ее оценки, что усложняет исследование преимуществ и недостатков анализируемого предприятия по сравнению с конкурирующими организациями, в-третьих, не разработаны рекомендации по повышению конкурентоспособности на основе выявления конкурентных преимуществ, в-четвертых, научно не обоснован выбор конкурентной стратегии, которая направлена на достижение долгосрочных конкурентных позиций предприятия в конкретной отрасли.

Для повышения качества стратегии достижения конкурентных преимуществ можно применить механизм, который базируется на SADT-методике. Результатом является набор SADT-диаграмм, который формирует информационную базу, содержащую поток внешних и внутренних данных, необходимых для формирования и реализации стратегии.

Эффективность стратегии достижения конкурентных преимуществ рекомендуется определять через моделирование комплексного показателя устойчивости предприятия на конкурентном рынке, как среднего арифметического или среднего геометрического показателей, которые характеризуют прочность позиций соответствующего предприятия (K_{S1}) и свойство адаптивности (K_{S2}) на этом рынке. Последние предлагается определять по формулам:

$$K_{S1} = 1 - \left(\sum_{i=1}^m q_i / \sum_{j=1}^n q_j \right), \quad K_{S2} = \sum_{i=1}^l v_i / \sum_{j=1}^k v_j, \quad (1)$$

где K_{S1} – коэффициент прочности позиций предприятия на конкурентном рынке;

q_i – доля предприятия на i -м неустойчивом сегменте рынка;

q_j – доля предприятия на j -м сегменте;

m – количество неустойчивых сегментов целевого рынка;

n – количество устойчивых сегментов целевого рынка;

K_{S2} – коэффициент адаптивности;

v_i – потенциально возможный объем реализации продукции предприятия на i -м сегменте рынка;

v_j – вместительность рынка сегмента j ;

l – количество сегментов рынка, на которых данное предприятие сможет работать в случае переориентации на новые сегменты без дополнительных капиталовложений;

k – общее количество сегментов целевого рынка, которые обладают потенциалом для функционирования на них новых предприятий.

Значение K_{S1} находится в интервале $0 < K_{S1} < 1$. Приближение к 1 свидетельствует о повышении устойчивости позиции предприятия, а это, в свою очередь, отображает эффективность избранной стратегии достижения конкурентных преимуществ. Для укрепления устойчивости на конкурентном рынке предприятие должно владеть свойством адаптивности, которое характеризует его способность переориентироваться на другие сегменты рынка или другие целевые рынки. Понятно, что $k \geq l$, ведь существуют сегменты, для работы на которых необходимо преодолеть высокие входные барьеры. При этом соблюдается условие: $0 < K_{S2} < 1$. Для обеспечения устойчивости предприятия на конкурентном рынке отличными от нуля должны быть два показателя, так как если $K_{S1} = 1$, а $K_{S2} = 0$, то работа на устойчивом целевом рынке сегодня не гарантирует предприятию устойчивости на нем завтра, поскольку у

предприятия отсутствуют адаптационные возможности. Предприятию в этом случае необходимо пересмотреть стратегию достижения конкурентных преимуществ.

В ходе исследования была проведена апробация данной модели на предприятиях отрасли птицеводства Республики Крым. Установлено, что значение комплексного показателя устойчивости для ГУП РК «УО ППЗ им. Фрунзе» составляет 0,76 при $K_{S1} = 0,97$ и $K_{S2} = 0,60$. Это означает, что данное предприятие работает на устойчивом целевом рынке (мясо птицы и пищевое яйцо являются товарами активного спроса отечественного потребителя), имеет адаптационные возможности относительно освоения других целевых рынков без потери уже занятых и избрало эффективную стратегию достижения конкурентных преимуществ.

Для оценки конкурентоспособности предприятий отрасли птицеводства целесообразно использовать методический подход, базирующийся на расчете коэффициента потребительской стоимости (КПС), который предлагается определять как отношение совокупности свойств продукции (совокупности маркетинговых, управленческих и организационных решений предприятия) к совокупности требований или нужд со стороны потребителей. Для определения конкурентоспособности птицеводческих предприятий совокупность свойств продукции необходимо разделить на пять групп: технико-технологические, экономические, экологические, легитимность, социально-психологические свойства. По каждой группе следует определять частичный показатель конкурентоспособности по формуле КПС. При необходимости каждую группу свойств разделяют на подгруппы. Интегральный показатель конкурентоспособности продукции (предприятия) предлагается определять через частичные показатели по формулам:

$$\hat{E} = f(\hat{E}_{\delta \alpha \sigma}^{ca}, \hat{E}_{\alpha \epsilon i i i}^{ca}, \hat{E}_{\alpha \epsilon i \epsilon i \alpha}^{ca}, \hat{E}_{\beta \delta}^{ca}, \hat{E}_{\eta / i}^{ca}) \quad \text{или} \quad (2)$$

$$\hat{E} = \sum_{s=1}^5 \hat{E}_s^{ca}, \quad \text{где } \hat{E}_i^{ca} = \hat{E}_i \times n_i, \quad (3)$$

где \hat{E}_s^{ca} – взвешенный частичный показатель конкурентоспособности по i -той группе свойств продукции птицеводства;

K_i – частичный показатель конкурентоспособности по i -той группе свойств продукции птицеводства;

n_i – показатель ранжирования (коэффициент значимости) i -той группы свойств продукции птицеводства.

Аналогично определяют конкурентоспособность системы маркетинга и менеджмента птицеводческого предприятия. Для разных значений показателя конкурентоспособности (K) необходимо разрабатывать соответствующую стратегию достижения конкурентных преимуществ: при $K > 1$ – стратегию роста, $K = 1$ – стратегию (поддержки) стабилизации и $K < 1$ – стратегию сокращения.

Выводы

Апробация методики оценки конкурентоспособности предприятий отрасли птицеводства Республики Крым показала, что большинство значений конкурентоспособности продукции предприятий меньше единицы. Это свидетельствует о необходимости разработки птицеводческими предприятиями эффективной стратегии развития их продукции. Анализ значения коэффициента потребительской стоимости на разных стадиях жизненного цикла продукции птицеводства позволит предприятиям оперативно отслеживать позицию своих товаров на рынке и своевременно принимать решения относительно изменения производственных и маркетинговых технологий.

ЛИТЕРАТУРА

1. Антонов, Г.Д. Управление конкурентоспособностью организации: учебник [Текст] / Г.Д. Антонов, О.П. Иванова, В.М. Тумин. – М.: ООО «НИЦ ИНФРА-М», 2018. – 300 с.
2. Васильев, Э.В. Перспективы и экологические проблемы развития птицеводства в России [Текст] / Э.В. Васильев, Е.В. Шалавина // Технологии и технические средства механизированного производства продукции растениеводства и животноводства. – 2017. – № 92. – С. 173-185.
3. Голубов, И.И. Теоретические компоненты формирования кластеров в птицеводстве [Текст] / И.И. Голубов // Международный научный журнал. – 2017. – № 1. – С. 33-39.
4. Горетов, И.Н. Методология обеспечения конкурентоспособности предпринимательских структур в птицеводстве [Текст] / И.Н. Горетов // Экономические науки. – 2012. – № 95. – С. 148-152.
5. Конкурентоспособность предприятия и конкурентоспособность продукции – залог успешного импортозамещения товаров, востребованных потребителями регионов ЮФО и СКФО: монография [Текст] / В.Т. Прохоров, Г.Ю. Волкова, Э.Ф. Гетманова [и др.]. – Новочеркасск: Издательство «Лик», 2018. – 337.
6. Лебеденко, Е.А. Разработка сбалансированной системы показателей эффективности управления конкурентоспособностью предприятия / Е.А. Лебеденко, А.А. Капустина // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности. – 2018. – № 7(7). – С. 30-36.
7. Майданевич, В.П. Разработка комплексной модели управления качеством продукции птицеводства [Текст] / В.П. Майданевич // Формирование организационно-экономических условий эффективного функционирования АПК: сб. науч. ст. 9-й межд. науч.-практ. конф. (Минск, 25-26 мая 2017 г.). – Мн.: БГАТУ, 2017. – С. 398-402.
8. Мамаева, В.Е. Конкурентоспособность интегрированных структур в АПК как основа продовольственного обеспечения страны и региона [Текст] / В.Е. Мамаева // Инновационное развитие экономики. – 2018. – № 4(46). – С. 365-374.
9. Ногас, И.Л. Особенности финансового развития птицеводческих организаций в Крыму [Текст] / И.Л. Ногас // Научный журнал КубГАУ. – 2017. – № 132. – С. 1-12.
10. Орлова, Н.А. Факторы конкурентоспособности региональной системы промышленного птицеводства [Текст] / Н.А. Орлова // Вестник Челябинского государственного университета. – 2014. – № 21(350). – С. 100-106.
11. Портер, М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов [Текст] / М. Портер. – М.: Альпина Паблишер, 2018. – 453 с.
12. Стебенева, Е.А. Конкурентоспособность мяса птицы, реализуемого в торговой сети г. Воронежа [Текст] / Е.А. Стебенева, Н.А. Каширина // Вестник Воронежского государственного аграрного университета. – 2015. – № 2(45). – С. 40-45.
13. Томпсон, А.А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа [Текст] / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2016. – 800 с.
14. Чинаров, А.В. Проблемы и перспективы конкурентоспособности продукции мясного животноводства [Текст] / А.В. Чинаров // Вестник Всероссийского научно-исследовательского института механизации животноводства. – 2016. – № 2(22). – С. 144-147.

Maidanevych Vladimir Petrovich

V.I. Vernadsky Crimean federal university, Simferopol, Russia
Department of economics and management
E-mail: vovan2010xxx@mail.ru

Organizational and economic mechanism of quality management of staffing of agro-industrial complex of the region

Abstract. The competition role in development of modern economy is shown in article, the value of improving competitiveness of the enterprises and search of competitive advantages to their effective production economic activity is reflected.

The purpose of the conducted research was development and approbation of techniques of assessment of competitiveness and competitive advantages of the enterprises of the branch of poultry farming in the Republic of Crimea. On the basis of application of correlation and regression model it was established that the level of profitability of the poultry-farming enterprises is in direct dependence on quantity of the made products, level of its marketability, efficiency of a bird, an expense of forages and their cost, payment of 1 people are h., material expenses on production and the prices of its realization.

The efficiency of strategy of achievement of competitive advantages is recommended to be defined through modeling of a complex indicator of stability of the enterprise in the competitive market as arithmetic average or average geometrical indicators which characterize durability of positions of the relevant enterprise and property of adaptability in this market.

For assessment of competitiveness of the enterprises of the branch of poultry farming it is expedient to use the methodical approach which is based on calculation of the coefficient of consumer cost (CCC) which is offered to be defined as the relation of set of properties of products (set of marketing, management and organizational decisions of the enterprise) to set of requirements or needs from consumers.

Approbation of a technique of assessment of competitiveness of the enterprises of the branch of poultry farming of the Republic of Crimea testifies to need of development of the effective strategy of development for their products by the poultry-farming enterprises. The analysis of value of coefficient of consumer cost at different stages of life cycle of products of poultry farming will allow the enterprises to trace quickly a position of the goods in the market and in due time to make decisions concerning change of production and marketing technologies.

Keywords: competitiveness; competitive advantages; poultry farming; products of the branch of poultry farming; assessment; analysis; Republic of Crimea; efficiency; strategy