**Конкурентоспособность сельскохозяйственных предприятий**

В условиях высокой конкуренции каждое предприятие, в том числе и сферы АПК, должно постоянно совершенствовать свою деятельность, повышать уровень качества продукции и повышать свою конкурентоспособность, только в этом случае оно сможет добиться успехов и стать рентабельным. Вопросами конкурентоспособности коммерческих предприятий в России, стали заниматься менеджеры еще в период начала перехода к рыночным отношениям. Однако, тот устой, который был сформирован в советском союзе, при плановой экономике, было очень трудно изменить. Предприятия в силу специфики своих экономических отношений трудно приспосабливались к рыночным реалиям. Сегодня же, без грамотной политики разработки конкурентных преимуществ, деятельность сельскохозяйственных предприятий будет просто не эффективна. На протяжении последних трех десятилетий подходы к оценке конкурентоспособности коммерческих предприятий, в т.ч. и сферы АПК, существенно изменились. На смену количественным показателям, характеризующим уровень финансового состояния предприятия, ликвидность, платежеспособность, вероятность возникновения банкротства и рентабельность, пришли более качественные методы оценки конкурентоспособности. Использование качественных показателей, характеризующих положение предприятия на рынке, долю рынка, занимаемую им, уровень качества продукции, уровень применения и использования современных  и новых технологий, позволяют произвести более глубокую оценку, а соответственно и выработать более эффективные меры по повышению эффективности деятельности предприятия. В зависимости от специфики деятельности предприятия, его размеров, развития материально – технической базы и иных факторов, уровень конкурентоспособности может определяться по-разному. На сегодняшний день, единых, ключевых методик, оценки уровня конкурентоспособности сельскохозяйственных предприятий, так и не выработано, что является существенной проблемой. В итоге, оценивая уровень конкурентоспособности предприятий АПК по различным методикам и показателям, менеджеры зачастую не могут дать сравнительную оценку конкурентоспособности нескольких предприятий между собой. В связи с чем, необходимо проработать комплексный подход к оценке конкурентоспособности предприятий АПК, выделить и закрепить ключевые методы и представить систему показателей и критерии оценки. Только в этом случае, результаты оценки смогут быть действительно эффективными и способными в полной мере отразить реальное положение предприятия, а также определить его перспективы развития. Понятие и сущность конкурентоспособности сельскохозяйственного предприятия Движущей силой рыночной экономики, ее «мотором» является конкуренция. В результате испытываемого давления и требований рынка отрасли и предприятия увеличивают свое преимущество в борьбе с самыми сильными присутствующими на рынке конкурентами. В современной экономической ситуации, когда конкуренция неуклонно возрастает, достигают успеха те отрасли и предприятия, которые оказываются более конкурентоспособными. Этимологически слово «конкуренция» восходит к латинскому «concunentia», означающему «столкновение», «состязание». Именно такая поведенческая трактовка категории «конкуренции» установилась в экономической литературе. Тем не менее, относительно самой категории «конкуренция» в настоящее время существуют различные определения. РЕКЛАМА В соответствии с Законом РФ от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», конкуренция — соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке. Проблемы конкурентоспособности занимают важное место в экономической политике государства. Проблема конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции для России одна из самых важных, прежде всего в силу того, что страна объективно крупнейшая сельскохозяйственная держава, способная производить сельскохозяйственную продукцию и обеспечивать продовольствием на только собственное население, но и население промышленно развитых стран. Конкурентоспособность является одним из ключевых факторов эффективного функционирования сельскохозяйственного предприятия на рынке. Дело в том, что конкурентоспособность можно рассматривать в двух аспектах, во-первых, как характеристику качества и востребованности продукции, производимой предприятием. Именно с этой позиции конкурентоспособность характеризуется как качественный показатель. Уровень качества и товарности сельскохозяйственной продукции определяет объемы спроса на эту продукцию, а как следствие и объемы продаж. В тоже время, с точки зрения второго подхода, конкурентоспособность следует рассматривать как комплексную характеристику положения и деятельности сельскохозяйственного предприятия на рынке. С этой стороны, конкурентоспособность представляет совокупность качественных и количественных показателей предприятия. [flat\_ab id=»5″] Достичь стратегической конкурентоспособности можно только благодаря реализации определяющих, «ключевых» конкурентных преимуществ. Но это скорее условие обеспечения стратегической конкурентоспособности, но отнюдь не ее смысловая характеристика. В монографии российских ученых В.Е. Рохчина, А.Н. Ветровой и А.В. Полянского стратегическая конкурентоспособность определяется как «многоуровневая экономическая категория и объект управления, характеризующий способность объектов и субъектов конкурентоспособности в течение длительного времени сохранять и (или) усиливать свои позиции на глобальных, мультинациональных и локальных рынках». Исследователи обоснованно указывают на необходимость отдельного изучения объекта управления и экономической категории, когда речь идет о таком сложном экономическом явлении, которое одновременно может рассматриваться как элемент научной теории и управленческой системы. Саяпина О.Н. под конкурентоспособностью предприятия, понимает «сложный, интегральный показатель, который формируется под воздействием различных факторов, оказывающих значительное влияние на все аспекты деятельности предприятия». Павленко Н.С. считает, что конкурентоспособность это «способность предприятия сохранять конкурентные позиции на рынке или изменять их в процессе адаптации к непостоянной конкурентной среде функционирования». Конкурентоспособность предприятия, по мнению О.А. Устимкина это «способность производить и продавать свою продукцию быстро, дешево, и продавать ее в достаточных количествах хорошего качества. Конкурентоспособность предприятия – это способность эффективно использовать собственные и заемные ресурсы на конкурентном рынке». Таким образом, конкурентоспособность является свойством продукта наряду с наличием аналогичных продуктов, услуг или конкурирующих субъектов рыночных отношений. Проанализировав выше рассмотренные позиции к определению понятия «конкурентоспособность», можно сказать, что проблемы и различия позиций авторов в отношении определения понятия  связано с: [flat\_ab id=»11″] — сферой конкурентоспособности на региональном уровне, национальный или глобальный рынок (предприятие, промышленность, страна); — заменой концепции конкурентоспособности на другой статус (уровень конкуренции и др.); — выявлении конкурентоспособности предприятия и конкурентоспособности услуг или продуктов; — характеристикой любых компонентов предприятия с позиции возможной оценки конкурентоспособности, таких как: конкурентоспособность труд, производительный потенциал и др. Показатели конкурентоспособности сельскохозяйственных предприятий На сегодняшний день, основными проблемами повышения уровня конкурентоспособности предприятий АПК, являются проблемы распространения, так называемых сетевых ритейлеров, которые заключив договора с несколькими производителями сельскохозяйственной продукции, определенных регионов, везут эту продукцию в розничные магазины всей страны. Получается, что распространяя продукцию одних сельскохозяйственных производителей, они создают высокую конкуренцию местным предприятиям сферы АПК. Часть предприятий, производящих сельскохозяйственную продукцию на местных рынках, все же соглашаются на условия ритейлеров и подписывают с ними договора поставки, но такие поставки не всегда являются рентабельными, так как ритейлеры  выдвигают не приемлемые условия по закупочным ценам. Получается так называемый «замкнутый круг», те предприятия, которые могут предложить низкую закупочную цену ритейлерам создают реальную конкуренцию тем, которые не способны снизить цены. Стратегическая конкурентоспособность отражает вероятностную перспективную способность предприятия сохранять комплекс конкурентных преимуществ (потенциал конкурентоспособности), что обеспечит его конкурентоспособность в стратегическом периоде. Потенциальный характер стратегической конкурентоспособности является производной от вероятностной перспективы сохранения конкурентоспособности предприятия и должен подкрепляться комплексом конкурентных преимуществ, имеющих потенциал сохранения в стратегической перспективе. Поэтому основным признаком потенциала конкурентоспособности следует считать наличие у предприятия устойчивых конкурентных преимуществ. Но существует проблема сложности идентификации и количественной интерпретации возможных результатов реализации указанных преимуществ . Конкурентоспособность сельскохозяйственного предприятия обусловлена следующими показателями (рисунок 1). Показатели конкурентоспособности сельскохозяйственного предприятия 1. Показатели качества сельскохозяйственной продукции. Для того чтобы удовлетворить запросы покупателей и в свою очередь обеспечить бесперебойные объемы производства и продажи сельскохозяйственной продукции, сельскохозяйственный товаропроизводитель должен понимать, что качественная продукция, служит гарантом его процветания. При этом, уровень цен на такую продукцию не должен быть выше цен конкурентов. 2. Наличие действенной стратегии на рынке маркетинга и сбыта. Еще при разработке бизнес плана организации деятельности сельскохозяйственной организации, менеджеры и собственники должны разработать долгосрочную стратегию на рынке маркетинга и сбыта. Для этого им необходимо провести анализ рынка, оценить свои потенциальные возможности по сравнению с другими участниками рынка производства и сбыта сельскохозяйственной продукции. 3. Уровень квалификации персонала и управления. Проблема низкого уровня квалификации персонала и оттока рабочей силы из сельской местности, играют существенно важную роль в оценке уровня конкурентоспособности сельскохозяйственных предприятий. Низкая квалификация работников предприятий АПК ведет к снижению их выработки и производительности труда, что в свою очередь ведет к снижению объемов производства продукции и росту затрат. 4. Уровень использования технологий. Применение инноваций в сельском хозяйстве служит не только фактором повышения качества и объемов производства продукции, но и влияет на уровень производственных затрат. 5. Наличие и доступность источников финансирования. Чем больше у предприятия собственных источников финансирования, тем выше уровень финансовой устойчивости платежеспособности. Факторы, влияющие на конкурентоспособность сельскохозяйственных предприятий Факторы, определяющие конкурентоспособность предприятия представлены на рисунке 2. Факторы конкурентоспособности сельскохозяйственных предприятий [flat\_ab id=»13″] Читайте также: Конкурентоспособность: понятие, факторы, методы оценки Основными факторам, которые определяют уровень конкурентоспособности предприятия АПК на рынке производства и реализации сельскохозяйственной продукции, являются: — финансово – экономическое положение. Наличие высоко ликвидных активов необходимо сельскохозяйственной организации для осуществления своевременных платежей поставщикам сырья и оборудования, а также фискальным органам и органам пенсионного страхования и обеспечения. Уровень финансово – экономического положения сельскохозяйственного предприятия, в т.ч. зависит от соблюдения платежной дисциплины покупателей и заказчиков, поэтому можно сделать вывод о том, что конкурентоспособность, косвенно, определяется воздействием внешних факторов; — наличие производственных мощностей. Уровень обеспеченности средствами производства и развития материально – технической базы сельскохозяйственного предприятия, является фактором, определяющим не только направления производственной деятельности, но и сами объемы производства – производственную мощность; — наличие сбытовых мощностей. Планирование объема производства продукции, должно быть напрямую связано с планированием объемов ее реализации. При том, что продукция сельскохозяйственных товаропроизводителей является очень специфичной и имеет ограниченные сроки хранения, планирование рынка сбыта являет основополагающую роль в деятельности таких предприятий. Таким образом, конкурентоспособность является довольно широким показателей, характеризующим, с одной стороны уровень качества продукции, с другой стороны положение предприятия на рынке, а с третьей – уровень его внутрихозяйственной системы управления и финансового состояния.