

УДК 338.43 (575.2)

**ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МАЛЫХ АГРОПРОМЫШЛЕННЫХ
ПРЕДПРИЯТИЙ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ**

А.М. Базиева, Т.Л. Безрукова

Рассмотрены основные факторы конкурентоспособности малых предприятий АПК, предложена система показателей оценки эффективности деятельности малого предприятия.

Ключевые слова: факторы конкурентоспособности; малые предприятия; АПК; оценка эффективности деятельности.

**THE FACTORS OF COMPETITIVENESS OF SMALL AGRO-INDUSTRIES
OF THE KYRGYZ REPUBLIC**

A.M. Bazieva, T.L. Bezrukova

The main factors of competitiveness of small agro-industrial enterprises are considered, a system of indicators to measure the effectiveness of small enterprise is offered.

Keywords: factors of competitiveness; small enterprises; agro-industrial complex; performance evaluation.

Ведущей отраслью экономики Кыргызской Республики является агропромышленное производство, и от его состояния во многом зависит уровень жизни населения. Для Кыргызстана данное направление является приоритетным, поскольку в общем объеме внутренней валовой продукции страны в 2013 году валовый выпуск продукции сельского хозяйства составил 15,2 %. Кроме того, 66 % населения страны проживает в сельской местности, 34 % из общего числа всех рабочих, или 14 % общего населения страны, заняты в сельском хозяйстве [1]. Следовательно, агропромышленное производство должно быть рентабельным и высоко развитым. Оно должно не только обеспечивать население продовольственными товарами, но и приносить людям, занятым в сельском хозяйстве и промышленной переработке, высокие доходы.

В настоящее время развитие сельского хозяйства еще не обеспечивает потребления на душу населения продовольствия и сельскохозяйственных продуктов. Усилилась импортозависимость по ряду продуктов. Не обеспечивается уровень потребления мяса, рыбы, фруктов и т. д. Следует отметить, что отечественные перерабатывающие предприятия в большинстве случаев неконкурентоспособны с предприятиями других стран, это объясняется, прежде всего, технологическим отставанием предприятий АПК республики, тем бо-

лее что аграрная отрасль остается непривлекательной для инвестиций. Отсутствие же финансовых средств является сдерживающим фактором для внедрения современных агротехнологий.

Наиболее важной проблемой является недостаточный уровень развития кооперативных отношений сельского хозяйства с перерабатывающей промышленностью и торговлей. Наличие посреднических структур приводит к удорожанию продукции и, как следствие, к снижению конкурентоспособности предприятий АПК. Продукция большинства отечественных агропромышленных предприятий в данное время не выдерживает конкуренции на внутреннем и мировом рынках из-за низкого качества выпускаемых пищевых продуктов, отсталой технологии переработки сельскохозяйственного сырья и некоторых других причин.

Конкурентоспособность малых предприятий АПК может быть достигнута в условиях интеграции в мировой аграрный рынок, что требует подготовки к конкурентной борьбе не только на кыргызстанском, но и на мировом рынках. Для этого необходимо добиваться не только увеличения производства, но и повышения качества и снижения себестоимости производимой ими продукции.

В.Д. Камаев [2], Ю. Юданов [3] выделяют внешние и внутренние факторы конкурентоспособности продукции предприятий. К внутренним от-

носятся контролируемые факторы: уровень квалификации персонала, соответствие системы качества международным стандартам, уровень затрат на производство продукции, восприимчивость к инновациям, психологический климат в коллективе, технико-технологический уровень производства.

Внешними являются неконтролируемые факторы: конкуренция, деятельность правительства, поведение потребителей, тенденция НТП и т. д. Перечисленные выше факторы формируют конкурентоспособность продукции (а следовательно, и предприятия), которую характеризуют следующие составляющие: качественная, маркетинговая, коммерческая, экономическая [4]. Основным фактором является качество продукции. Это общепризнанная составляющая конкурентоспособности продукции, которая определяется разработкой нормативно-технических документов, например стандартов требования по улучшению качества продукции, обеспечивающих безопасность пищевых продуктов для здоровья потребителей, а также нормирует содержание в пищевых продуктах вредных веществ для организма человека.

Важным фактором, влияющим на качество готовой продукции, является также качество сырья, полуфабрикатов и материалов, поступающих на переработку. Основным сырьем в пищевой промышленности является сельскохозяйственная продукция растительного и животного происхождения, качество которой в свою очередь зависит от технического уровня производства, развития сельскохозяйственной науки, квалификации работников, обеспеченности удобрениями, ядохимикатами и т. д. Состав пищевого продукта должен соответствовать принципам сбалансированного, адекватного питания.

Большие возможности для создания конкурентоспособной продукции предприятиям агропромышленного комплекса может дать выпуск национальных продуктов питания. Их ассортимент широк, кроме того, есть возможность выбрать продукт, для производства которого имеется в достаточном количестве местное сырье, а также требуется несложное оборудование и технология.

Следующая составляющая внутреннего фактора конкурентоспособности – маркетинговая, определяется она качеством исследования рынка и желаний потребителей, эффективностью работы по продвижению товара на рынок, стимулированию продаж, рекламной деятельностью, учетом жизненного цикла товара. Банкротство предприятия является в большинстве случаев результатом неконкурентоспособности маркетинговой службы. Гибкость маркетинговой службы оказывает решающее воздействие на качество продукции и

доступность ее цены, которые являются общепризнанными факторами конкурентоспособности продукции.

Коммерческая составляющая конкурентоспособности свидетельствует о качестве коммерческой работы по сравнению с конкурентами, что включает уровень компетенции в подготовке и проведении переговоров, заключении торговой сделки, выбор форм и методов поставки товара, согласование условий и форм платежа, сроков и условий поставки товара и др.

Экономическая составляющая включает текущие затраты на эксплуатацию продукции, единовременные затраты на ее покупку, ее транспортировку, хранение и т. д.

В последнее время в практике предприятий имеет место процесс перехода от предложения одного и того же товара практически всем покупателям к удовлетворению индивидуальных потребностей и вкусов потребителей, обеспечению их продуктами и услугами, ориентированными на конкретного человека. В такой ситуации малым предприятиям, работающим по индивидуальным заказам, необходимо не просто ориентироваться в своей деятельности на потребителя, но и предугадывать его ожидания. Следовательно, в методике оценки конкурентоспособности предприятия следует учесть и этот фактор.

В определении конкурентоспособности важным фактором должно стать выявление потребительских предпочтений, мнения покупателя относительно предприятия. Основными вопросами для малых предприятий в рамках взаимодействия с клиентами являются приемлемое соотношение параметров цена/качество производимой продукции, политика скидок с цены продукции, ее надежность, срок службы, удобство обращения к услугам предприятия и степень информированности о таких услугах, удобство общения с сотрудниками, престиж торговой марки предприятия. Внимание к этим вопросам позволит предприятию привлекать новых клиентов и продолжать сотрудничество с прежними.

В рамках формирования стратегии предприятия, основанной на использовании элементов маркетинга, руководитель предприятия должен оценивать его деятельность по следующим параметрам: каналы сбыта (прямая доставка, торговые представительства, посредники, агенты), система транспортировки, степень охвата рынка, численность персонала по продажам, его стабильность и уровень заработной платы, частота упоминания в средствах массовой информации.

Коллектив предприятия может оценивать свою фирму по следующим параметрам: удобство

сотрудничества; качество передаваемой информации; работа в команде. Менеджер по продаже предоставляет руководителю информацию о продвижении продукции на рынок (печатная, наружная и индивидуальная реклама, стимулы для потребителей, демонстрационная торговля). По тем же параметрам оценивается эффективность управления предприятием партнерами.

Таким образом, имеются четыре уровня оценки эффективности управления предприятием. Эти субъективные оценки представляют собой индекс удовлетворенности клиентов, руководителя, персонала и партнеров. Совокупность всех этих оценок может стать показателем эффективности деятельности малого агропромышленного предприятия, его конкурентоспособности.

Однако учет только субъективных показателей не может дать полной картины при оценке эффективности деятельности малого предприятия. Необходимо ввести и объективный обобщающий показатель, например прибыль. Этот показатель отражает текущую эффективность деятельности предприятия, в то время как индексы удовлетворенности способны отразить перспективы его развития.

Предложенные выше критерии оценки эффективности деятельности малого предприятия являются существенным дополнением к стандартным методам измерения его финансовых показателей. Наблюдая ситуацию по ряду установленных показателей (таких как удовлетворенность клиентов складывающимися взаимоотношениями), малое предприятие может более объективно оценивать свои управленческие действия и, следовательно,

повысить свою финансовую устойчивость и конкурентоспособность.

В целом все агропромышленные предприятия должны разработать свою стратегию на базе маркетингового подхода и установить уровень цен с учетом анализа безубыточности, ассортиментных сдвигов и изменяющегося спроса на продукцию, а также ценовой политики конкурентов.

Таким образом, основными факторами конкурентоспособности продукции являются соответствие ее качества запросам потребителей и приемлемый уровень цены. Важными условиями обеспечения качества и конкурентоспособности продукции в современных условиях экономики являются создание систем управления качеством продукции на основе международных стандартов, маркетинговый подход к разработке, производству и реализации продукции, развитие национальной системы сертификации продукции и систем качества.

Литература

1. Кыргызстан: краткий статистический справочник. 2011–2013 / Нацстатком КР. Бишкек, 2014. 31 с.
2. Камаев В.Д. Теория и практика предпринимательства / В.Д. Камаев. М., 1997.
3. Юданов Ю. Конкуренция: теория и практика / Ю. Юданов. М., 1998.
4. Джумабаев К.Д. Факторы и условия конкурентоспособности продукции сельского хозяйства в условиях рынка / К.Д. Джумабаев, Г.О. Осмонкулова // Вестник КРСУ. 2007. Т. 7. № 4. С. 18–19.