

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ МЯСНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ БЕЛАРУСИ

Комплексный подход к менеджменту заключается в одновременном учете различных его аспектов: технических, **экологических**, **экономических**, социальных. Развитие рыночных отношений само по себе не является достаточным условием быстрого экономического подъема.

Глобализация мировой экономики предполагает рост конкуренции на мировых рынках. В связи с этим достичь желаемых результатов можно при условии роста конкурентоспособности страны, продукции предприятий и отрасли в целом. Это в полной мере относится и к мясной промышленности.

Согласно мнению экспертов преимущества национальной экономики любой страны заключены в **отраслевых кластерах** (группы **взаимосвязанных** отраслей) [1, 26]. Развитие таких кластеров способствует росту ВВП страны и благосостояния ее населения. Особенно актуальное значение приобретает данный фактор в условиях кризиса или низкого уровня экономического развития. В данной ситуации выделяют отрасли, базирующиеся на определенных "богатствах" страны, которые способны обеспечить стартовые позиции для развития экономики [2, 605]. Государственная политика, направленная на оказание поддержки кластерам, должна стать обычным делом, особенно на национальном и местном уровнях. Все составные части кластера должны развиваться и не допускать значительного разрыва между собой.

Беларусь располагает значительными **земельными ресурсами**, пригодными для сельскохозяйственной обработки, что **обусловило** развитие не только растениеводства, но и животноводства и, в частности, откорма скота. Все **это создало** благоприятные предпосылки **для успешного** развития и функционирования мясной промышленности. Проблемы, возникшие в **отрасли**, следует считать **временными** и если не решить их **полностью**, то по крайней мере минимизировать негативное воздействие их на отрасль можно **максимально**. Мясная **промышленность** является центральной **отраслью кластера**, вокруг которой могут сгруппироваться и получить дальнейшее развитие отрасли **экономики, занимающиеся откормом** скота, производством кормов (комбикормовая **промышленность**), реализацией продукции **переработки** потребителям (**торговля**). **Важнейшим** фактором достижения мясной **промышленностью** устойчивой **конкурентоспособности** является наличие у нее "крепкого тыла". Прежде всего это родственные или поддерживающие отрасли (см. рис.).

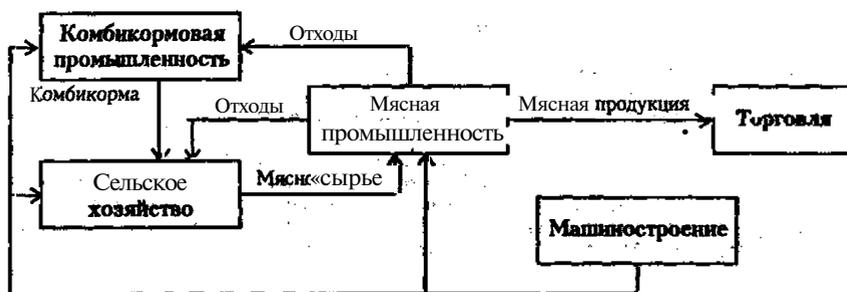


Рис. Взаимодействие отраслей в рамках кластера мясной продукции

В настоящее время национальная экономика переживает кризис, который еще в большей мере коснулся ее ведущего сектора — аграрного комплекса. В этой ситуации **страна**, находящаяся в состоянии внутренней или внешней нестабильности, попадает в разряд **неконкурентоспособных**, поскольку неизбежно подрывается доверие к ее государственным и финансовым **институтам**. Реально она может выйти на положительную динамику **конкурентоспособности**, **только преодолев** состояние нестабильности. **Для этого необходимо** уделить внимание факторам, положительно влияющим на **конкурентоспособность** и способным обеспечить стабильный рост ВВП.

Главным уровнем обеспечения конкурентоспособности является **макроэкономический**, на котором определяются основные условия **функционирования** всей хозяйственной системы. К **макроэкономическим факторам** относятся:

- роль государства;
- условия конкуренции — контроль участия на **рынках**, наличие взаимосвязанных корпоративных групп и существование **барьеров на пути входа на рынок**;
- распределение** труда и капитала;
- обменный** курс валют, процентная ставка и **состояние распределения фондов** через правительственные **учреждения**;
- вовлечение в рыночную ситуацию общественного сектора — **посредством налоговой системы** и промышленной политики;
- уровень социальной стабильности, включающий **общественное согласие и порядок**, состояние здравоохранения и т.д. [3, 79].

Среди факторов конкурентоспособности страны особое место занимают темпы роста экономики и **освоения** научно-технических **достижений**. Центральное место в **НТП** принадлежит развитию науки и в первую **очередь фундаментальных** прикладных **исследований**, расширению научной базы и укреплению **высококвалифицированными кадрами**, а **также обеспечению** необходимыми финансовыми ресурсами. Приоритетное значение НТП в **мясной** промышленности и других отраслях кластера имеет **направление** разработки и освоения принципиально новой техники, технологий в кормопроизводстве, животноводстве, мясной промышленности, способствующих росту производительности труда и качеству продукции.

В мясной промышленности с целью улучшения качества продукции необходимо создание новых биологически ценных видов продукции с учетом современных

представлений о нормах питания и продуктов функционального назначения, что ускорит оздоровление **населения**.

Требуется изменение системы научных **исследований**. Следует развивать прикладные исследования по заказам мясокомбинатов, хотя это не исключает государственное финансирование приоритетных разработок на перспективу. Проведение исследований и внедрение разработок должны быть переведены с принудительной основы на естественную как один из главных факторов конкурентоспособности. Но для этого необходимо развитие конкуренции.

Именно конкуренция заставляет западные рыночные экономики работать. В настоящее время конкуренцию между производителями мясной продукции можно охарактеризовать как примитивную, что ведет к доминированию на локальных рынках мясной продукции одного или нескольких предприятий, т.е. к постоянному разрушению рыночного равновесия. Это является **наследием** командно-административной системы управления и проявляется в форме:

раздела рынков сбыта по территориальному признаку;
согласования **цен**, планов производства, квот продаж;
совместных действий против новых конкурентов.

В результате мясокомбинаты ведут себя по отношению к поставщикам и потребителям как монополисты. Монополии существуют и в развитых странах, однако их деятельность на рынке отличается от деятельности наших монополистов, что обусловлено двумя основными причинами:

разная природа возникновения монополий. В США и странах ЕС они возникли в результате конкурентной борьбы и являются эволюционными образованиями (постоянно совершенствующими свою деятельность на рынке), в Беларуси — в административном порядке;

за рубежом внедрение **НТП** монополии считают главным фактором своего развития, так как во многом от этого зависит получение монопольной прибыли и сохранение конкурентных позиций на рынке по отношению к **фирмам**, пытающимся войти в отрасль.

Мясокомбинатам дефицит на рынке мясной продукции выгоден, а повышение качества не является главной целью. С 90-х гг. **мясокомбинаты**, пользуясь выгодами от раздела рынков сбыта и **сырья**, не стремились к изменению привычных методов деятельности и **существенно** снизили объем производства и реализации продукции. Однако это неизбежно привело бы новых производителей в "убыточную" отрасль. Только с 1996 по 1998 гг. в отрасль вошло и закрепилось 13 новых предприятий на самостоятельном балансе, не говоря о резком росте численности подсобных цехов предприятий.

После долгих лет концентрации усилий на всякого рода сокращениях многие мясокомбинаты начинают осознать, что они не смогут сохранить свою конкурентоспособность за счет закрытия некоторых цехов предприятия или сокращения производства отдельных видов продукции. Основным способом обеспечения конкурентоспособности является использование новых методов деятельности, производство новой продукции, использование новых технологий.

Конкурентоспособные производители возникают из конкурентной среды, постепенно вытесняя соперников. Однако, как только исчезает необходимость напрягаться в силу монопольного положения на рынке и лоббирования **своих** интересов в органах **власти**, теряется и **конкурентоспособность**. Опыт Японии и Южной Кореи свидетельствует, что любые протекционистские меры по ограничению иностранной конкуренции на внутреннем рынке должны сопровождаться мерами по развитию конкуренции на внешнем рынке. Это лучший способ **формирования** достойных конкурентоспособных компаний для внешних рынков. В то же время внутренняя конкуренция очень невыгодна в целом для отрасли, так как рынок Беларуси небольшой. Было бы гораздо лучше, если бы предприятия поддерживали свою конкурентоспособность за счет конкуренции на иностранных рынках. Однако наши компании не достигли такого уровня развития.

Открытие внутреннего рынка мясной продукции для иностранных производителей возможно и необходимо только в случае появления конкурентоспособных отечественных производителей. В противном случае возникнет **реальная** угроза очередного спада в отрасли и перевод ее на уровень кустарного производства. Ведь промышленность предполагает использование машин и оборудования, позволяю-

щих получить *массовую* продукцию высокого качества и *гиб* доступной для потребителя цене, а не *эсклюзивную* продукцию *ручного труда*.

В то же время Беларусь не **может полностью изолироваться**, рано или поздно необходимо будет **открыть** свои рынки для **импорта**, чтобы **нам** открыли рынки в других странах.

Географическое положение Беларуси **благоприятствует** развитию экспорта. Российский рынок мясной продукции **даже** при самых Оптимистичных прогнозах в ближайшее десятилетие не сможет быть насыщенным за счет собственного производства. Импорт мясной продукции **Россией будет составлять как минимум 2 млн т** (в том числе колбасных изделий около **250 тыс. т**) [4, 20]. Таким образом, проблема перепроизводства мясной **продукции** для **эффективно** работающих предприятий в ближайшие десятилетия не может возникнуть. Осуществление стратегии активного выхода на зарубежные **рынки** — это способ поддержания и повышения конкурентоспособности предприятий **отрасли**.

Конкурентоспособность стран на международных **рынках** мясной продукции следует рассматривать с двух сторон. **Страна**, имеющая технологические преимущества, может быть конкурентоспособной и **при** этом поддерживать высокие доходы и уровень жизни занятых в отрасли работников. Речь идет о конкурентоспособности богатых стран, основанной на выгодах использования современных высоких технологий. В То же время конкурентоспособность страны может быть достигнута и на базе нетехнологических **преимуществ** — прежде всего благодаря низкой **стоимости** факторов производства и девальвации национальной валюты, т.е. благодаря относительно низкому уровню **жизни**. **Это** — конкурентоспособность бедных стран. Беларусь пока относится ко второй группе стран.

Манипулирование уровнем заработной платы и **валютным** курсом можно использовать в целях повышения национальной конкурентоспособности на раннем этапе развития активной внешнеэкономической деятельности для выхода на мировые рынки и закрепления на них. Нетехнологические конкурентные преимущества играют важную роль в отраслях с высокой взаимозаменяемостью **продукции** и преобладанием в экспорте низкотехнологических продуктов. **Конкурентоспособность высокотехнологических отраслей** непосредственно **связана** с инвестициями в исследование и разработки, в создание **нововведений**, т.е. с технологическими конкурентными преимуществами. Мясная **промышленность** Беларуси при выполнении определенных условий имеет **реальную** возможность **перейти в разряд высокотехнологических отраслей**. Но для **этого** требуется стратегия развития отрасли и действия **по** достижению цели стратегии.

Конкурентоспособность на **уровне** мясной промышленности может быть оценена на основе следующих показателей: **производительность** труда, удельная оплата, капиталоемкость, наукоемкость и **технический уровень** продукции, степень экспортной ориентации, или **импортной зависимости** отрасли, степень соответствия развития отрасли общему уровню развития **национального** хозяйства, то же в отношении динамики цен, экспансия отрасли (**степень использования** ее продукции в **различных** отраслях хозяйства), **объем технологических заделов** для реализации научных и **проектно-конструкторских разработок**, совокупность знаний и научных заделов, **необходимых** для **самостоятельного освоения** продукции и ее **воспроизводства** [5, 69].

Факторы, которые за достаточно **короткий** срок могут привести предприятия отрасли к лидирующим конкурентным позициям, **прежде всего** определяют устойчивость к различным **колебаниям макроэкономической ситуации**. **Эти факторы** таковы: объем и направления капиталовложений и расходов на **НИОКР**;
наличие обученной и хорошо стимулируемой **рабочей силы**;
задействование стратегического менеджмента;
система тотального качества;

основные фонды, определяющие технологические возможности (их качество, количество и стоимость влияют на **конкурентоспособность в** первую очередь, особенно сумма капиталовложений и их распределение по сферам приложения; **прежде всего это касается степени** инвестирования **технологических нововведений**);

управление (компании нуждаются в эффективных управленческих структурах, способных рационально свести **воедино** основные **фонды, рабочую** силу и технологические возможности);

коммуникации и инфраструктура (действенность и гибкость коммуникаций в таких аспектах, как обмен информацией, торговля, распределение и поставки сырья и материалов). Одним из главных элементов является формирование **дистрибьютерских** и дилерских **сетей**.

При экспорте одним из важнейших факторов является расстояние и способ поставки продукции потребителю. Данный фактор отражается на затратах и ограничивает экспорт. Однако чем выше степень переработки сырья и **требований** к его качеству, тем он менее важен.

Конкурентоспособность предприятия является результатом совокупной эффективности производства — производительности труда, **фондо-, материало-** и **на-**укоемкости.

Построение системы факторов конкурентоспособности учитывает 2 принципиально важных момента:

успех в международной конкуренции определяют не столько сами факторы, сколько то, где и насколько продуктивно они применяются;

как бы хорошо не был организован процесс (самое прогрессивное оборудование, современная технология, совершенная система менеджмента), но если *вход* (например, показатели качества объекта в разработках, качество мясного сырья и т. д.) имеет низкую **оценку**, то и качество *выхода*, или материализации объекта, будет иметь низкий уровень.

Поэтому схема анализа и обеспечения конкурентоспособности предприятия может выглядеть следующим образом: *выход* → внешняя среда и *вход* → **процесс** в системе. В такой же последовательности следует включать инвестиции в обеспечение конкурентоспособности **предприятия**. Нередко на практике инвестиции **сначала** ошибочно вкладывают в совершенствование процесса, затем в другие компоненты системы. Надо наоборот сначала определить нормативы конкурентоспособности объекта, затем **наладить** связи с внешней средой и отработать вход, в последнюю очередь повысить качество процесса до требований входа, тогда и выход будет конкурентоспособным [6, 125].

В управлении на всех уровнях иерархии **необходимо** переходить на концепцию менеджмента, ориентированного на достижение конкурентоспособности создаваемого объекта на основе научных подходов и методов, концепции маркетинга и человеческого фактора. При учете конкурентоспособности необходимо иметь в виду качество системы менеджмента, определяемое отработанностью структуры содержания, внешних и внутренних связей этой системы; качество продукции с точки зрения **экологичности**, дизайна.

Выделим основные направления менеджмента человеческих ресурсов в современных условиях:

- привлечение новых сотрудников;
- составление программ обучения для всех звеньев;
- развитие потребностей и потенциала работников.

На первый план выдвигается планирование индивидуальной карьеры, создание "команд" в многоцелевых фирмах; подбор молодых и способных **работников**; оказание содействия менеджерам со стороны кадровых служб в руководстве горизонтальными организационными структурами, усиление ориентации на конечные результаты, а также создание общефирменных схем признания и поощрения заслуг работников.

Конкурентоспособность мясной продукции — это способность данной продукции отвечать требованиям конкурентного рынка, **запросам** покупателей в сравнении с аналогичной продукцией, представленной на рынке. Конкурентоспособность определяется, с одной стороны, качеством продукции, потребительскими свойствами, а с другой **стороны, ценой**. Кроме того, на конкурентоспособность влияют мода, продажный сервис, реклама, имидж производителя, конъюнктура рынка. Конкурентоспособность свидетельствует о целесообразности производства продукции и возможности ее выгодной продажи.

Оценка конкурентоспособности мясной продукции производится на основе сопоставления данной продукции с продукцией других фирм, которая получила признание, высокую оценку и обладает в данный момент высокой конкурентоспособностью. В качестве составляющего элемента конкурентоспособности следует рассматривать цену потребления, которая включает в себя продажную цену и затраты на потребление.

По методам осуществления конкуренцию подразделяют на *ценовую* и *неценовую*. Неценовая конкуренция базируется на отличительных особенностях товаров по сравнению с конкурентами. Эти отличительные особенности могут быть связаны непосредственно со свойствами самой продукции, условиями продажи товара, фирмой — производителем данного товара, и даже со страной, в которой изготовлен товар.

Зарубежные специалисты по управлению считают, что конкурентоспособность продукции на 70—80 % зависит от качества. Качество приносит деньги, так как переделывать всегда труднее и дороже, чем сделать. Продукция, не отвечающая требованиям потребителя, обходится организации дороже, чем высококачественная продукция, так как не реализуется даже по сниженным ценам. При производстве высококачественной продукции организация имеет более высокие чистые доходы, большую долю рынка.

Качество должно обеспечиваться во всех видах деятельности. Качество для потребителя может быть выражено следующей формулой:

$$Q_c = a \cdot Q_p + b \cdot Q_{sp} + c \cdot Q_s, \quad (1)$$

где Q_c — качество потребителя; Q_p — качество продукции; Q_{sp} — качество сопутствующей продукции и услуг; Q_s — качество сервисного обслуживания. Параметры a, b, c выражают корректировочные коэффициенты, которые определяются на основе степени значимости для потребителя того или иного товара [7, 62].

Важная группа факторов, оказывающих влияние на конкурентоспособность мясной продукции, формируется в процессе ее продажи. К ним следует отнести организационно-коммерческие условия продажи, фиксируемые в договоре купли-продажи. Сюда же входит упаковка и маркировка, гарантия, условия доставки, оплаты. Организационно-коммерческие условия определяют главным образом эффективность деятельности поставщика на рынке.

Конкурентоспособностью предприятия следует считать реальную и потенциальную способность проектировать, изготавливать и сбывать продукцию в тех условиях, в которых им приходится действовать, которая по "ценовым" и "неценовым" характеристикам в комплексе более привлекательна для потребителя, чем продукция конкурентов.

Конкурентоспособность производителя определяется издержками производства. Издержки производства, оказывая влияние на большинство параметров конкурентоспособности, определяют положение производителя на рынке. Предприятие должно осуществлять контроль по качеству и по затратам на производство и реализацию продукции. Производство конкурентоспособной продукции всегда выгодно для предприятия (рентабельно).

Конкурентоспособность мясной продукции можно оценивать тремя способами.

1. Дифференциальный метод базируется на использовании единичных показателей конкурентоспособности продукции (q_i), которые могут быть выражены формулами:

$$q_i = p_i / p_{i0}, \quad (i = 1, \dots, n), \quad (2)$$

$$q_i' = p_{i0} / p_i, \quad (3)$$

где p_i — значение i -го показателя; p_{i0} — базовое значение i -го показателя; n — количество показателей.

Из формул (2), (3) выбирают ту, при которой увеличению относительного значения показателя отвечает повышение конкурентоспособности продукции.

2. Комплексный метод оценки, который базируется на применении групповых и интегральных показателей. Групповой показатель конкурентоспособности (Q_p) рассчитывается как сводный параметрический индекс:

$$Q_p = \sum_{i=1}^n a_i q_i, \quad (4)$$

где q_i — параметрический индекс i -го параметра; a_i — вес i -го параметра.

Значимость (вес) параметра для потребителя определяется исходя из условия, что вся потребность принимается за 100 %.

3. Интегральный показатель конкурентоспособности (K_t) рассчитывается по формуле

$$K_t = I_t / I_{\text{б}} = (\Pi / \Pi_0) Z_0 / Z, \quad (5)$$

где $I_t, I_{\text{б}}$ — интегральный показатель качества оцениваемой и базовой продукции; Π, Π_0 — суммарный полезный эффект от потребления соответственно оцениваемой и базовой продукции; Z, Z_0 — полные затраты на приобретение и потребление соответственно оцениваемой и базовой продукции.

Если $K_t > 1$, продукция конкурентоспособна на конкретном рынке, если $K_t < 1$, продукция неконкурентоспособна [7, 75].

Развитие мясной промышленности зависит от состояния сырьевой базы. Закупочные цены на продукты животноводства должны, во-первых, стимулировать товаропроизводителей повышать качество продукции, ее реализацию, и, во-вторых, так соотноситься с ценами на продукцию растениеводства, чтобы ее использование на кормовые цели не приводило к убыточности производства.

Рост закупочных цен на продукцию животноводства обеспечит воспроизводственный цикл. Специфика животноводства такова, что при увеличении расхода тех же кормов в расчете на голову скота, затраты на единицу продукции снижаются. Интенсификация кормопроизводства становится основным и наиболее действенным фактором снижения себестоимости откорма скота в сельхозпредприятиях.

Важнейшим инструментом повышения конкурентоспособности мясной промышленности является последовательная структурная политика, которая заключается в приведении структуры предложения в соответствие со структурой спроса.

Повышение конкурентоспособности отрасли имеет 2 аспекта: макроэкономический и микроэкономический. К макроэкономическому уровню следует отнести:

создание правовых условий для стабилизации национальной экономики и формирование рыночных отношений;

стимулирование развития конкуренции среди производителей. Конкурентоспособный производитель может сформироваться только в конкурентных условиях;

развитие экспорта переработанной мясной продукции;

создание на отечественных предприятиях технологических линий по производству машин и оборудования для мясной промышленности;

снижение уровня государственного регулирования ценообразования на мясную продукцию. Необходимо изменить принцип регулирования цен. Как известно, индикатором установления цен на мясное сырье во многом служит рыночная цена на зерно (одного из важнейших ресурсов при производстве мясного сырья). Оказывая влияние на рынок зерна за счет закупок или продаж его, можно влиять на цены и объемы производства колбасных изделий, мясных полуфабрикатов, консервов, мяса.

Что касается микроэкономического уровня, то менеджерам предприятий необходимо осознать, что не государство определяет их благосостояние, а потребитель. Структура предложения мясной продукции должна соответствовать структуре спроса. Доля предприятия на рынке и его доходы зависят от того, насколько успешно удовлетворяются запросы потребителя в определенной продукции. Поэтому одним из главных направлений повышения конкурентоспособности на микроуровне является совершенствование организационной структуры предприятий и подготовка персонала.

Литература

1. Завьялов П. Конкурентоспособность в экономической политике зарубежных стран // Маркетинг. 1996. № 2.
2. Портер М. Международная конкуренция / Пер. с англ.; Под ред. В.Д. Шетина. М., 1993.
3. Куликов Г. Факторы мирохозяйственной конкурентоспособности японской экономики // Рос. экон. журнал. 1998. № 1.
4. Сущко В.И. Формирование российского рынка мясной продукции // Беларусь. газ. 1999. № 1.
5. Гельвановский М., Жуковская В., Трофимова И. Конкурентоспособность в микро-, мезо-, и макроуровневом измерениях // Рос. экон. журнал. 1998. № 3.
6. Фатхутдинов Р. Менеджмент как инструмент достижения конкурентоспособности // Вопр. экон. 1997. № 5.
7. Горбашко Е.А. Обеспечение конкурентоспособности промышленной продукции. СПб., 1994.