|  |
| --- |
| **УДК 338. 12** |
| **К ТЕОРИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РЫНКА** |
|  |  |
|  | **Л. А.Коптева, И. К*.*Чернова***Санкт-Петербургский Государственный Университет**Аэрокосмического Приборостроения,**г. Санкт-Петербург,Российская Федерация* |

*Аннотация. В статье рассмотренытеоретические аспекты конкуренции и конкурентоспособности продовольственного рынка.Показаны критерии определения конкурентоспособности предприятия как отдельного объекта хозяйствования, функционирующего на экономическом рынке.*

*Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность предприятия, продовольственный рынок, критерии конкурентоспособности.*

*Summary. The article considers theoretical aspects of competition and competitiveness of the food market. Also, you can read the criteria for determining the competitiveness of the enterprise as a separate object of management, the functioning of the economic market.*

*Keywords: competition, enterprise competitiveness, food market, criteria of competitiveness.*

**Постановка проблемы.** Неоднозначность сформировавшейся в сельскохозяйственной области переломной ситуации заключается в том, что, обладая многофункциональным характером и представляя собой, фактически, мультипликатор экономики, она не обладает необходимой степенью конкурентоспособности, в особенности, в сравнении с ввозимой агропродовольственной продукцией.

Так как данная проблема имеет общезначимый характер, то появляется потребность не только в разработке эффективной и успешной общегосударственной агропродовольственной политики на продовольственном рынке, но и усиленное применение абсолютно всех внутрирегиональных и внутрихозяйственных социально-экономических возможностей с целью осуществления конкурентоспособных положительных сторон на данном рынке.

Проблемы обеспечения продовольственной безопасности населения и удовлетворение потребностей населения в продуктах питания, а также глобализация мировой экономики выдвигают на первый план задачу повышения конкурентоспособности отечественных продовольственных товаров, а также развития внутреннего рынка отечественного продовольствия в стране.

Важно упомянуть о том, что в известных научно-исследовательских работах затрагиваются либо такие проблемы как общероссийские трудности конкурентоспособности продовольственного рынка, либо в масштабе СНГ. Иногда проблематика связывается с ВТО, с перечислением мер государственного регулирования непосредственно данного рынка.

**Анализ предыдущих исследований и публикаций.** Теоретические и методологические основы конкуренции товарных рынков глубоко рассмотрены в работах представителей различных экономических школ, представителями которых являются Ф.Кене, А.Курно, К.Маркс, А.Маршалл, Дж.С.Милль, В. Ойкен, М. Портер, Д. Риккардо, Дж. Робинсон, А. Смит, Ф. Хайек, Э. Чемберлен, Й. Шумпетер и другие.

В формирование современных экономических концепций по конкуренции внесли существенный вклад такие отечественные ученые как: А.Ю.Юданов, изучавший продвижение товаров на рынок, Н.М.Розанова и С.Б.Авдашева, исследовавшие структуру товарных рынков. Также, проблемы конкуренции отражены также в работах: B.И.Видяпина, А.И.Добрынина, Г.П.Журавлевой и других выдающихся российских деятелей страны.

**Цель** исследования - определить критерии конкурентоспособности продовольственного рынка.

**Основные результаты исследования.** Конкурентность (от латинского «concurrere» - сталкиваться) - означает соперничество между отдельными субъектами рыночного хозяйства за более прибыльные условия производства и реализации (купли и реализации) продуктов. Если говорить кратко, то конкурентность, это, фактически, двигатель экономического прогресса.

В рыночной экономике подобное столкновение определенных экономических интересов - неизбежно, в связи с тем, что оно порождается последующими объективными причинами:

1) наличием большой численности равноправных рыночных субъектов;

2) совершенной экономической обособленностью каждого из них;

3) зависимостью рыночных субъектов от экономической ситуации, сформировавшейся на рынке;

4) противостоянием со всеми иными рыночными субъектами за удовлетворение покупательского спроса.

Конкурентоспособности присущи определенные свойства, с их конкретным проявлением в определенных условиях, уровнем динамичности и быстроте процессов протекания [1].

В разных условиях, так называемой, «конкурентной борьбы», будет неодинаковым и степень конкурентоспособности товара, предприятия, отрасли, рынка выпускаемой продукции. Поэтому конкурентоспособность может быть представлена как способность продлевать конкуренцию.

По мнению таких американских специалистов как К.Р. Макконель и С.Л. Брю, конкуренция представляет собой особую ситуацию на рынке и характеризуется наличием на нем большого числа независимых покупателей и продавцов конкретного продукта или ресурса, свободой для покупателей и продавцов входить на рынки и покидать их [2].

Данные авторы подчеркивают в своих работах то, что «конкуренция» - это постоянно действующий механизм свободной состязательности, соперничества товаропроизводителей, предприятий, фирм в целях достижения лучших результатов своей предпринимательской деятельности, как борьба за потребителя и более полное удовлетворение его потребностей за наиболее выгодные условия приложения капитала, за долю на рынке, как борьба фирм за ограниченный объем платежного спроса потребителей.

Чисто товарная конкуренция представлена в работах Й. Шумпетера, Р. Темпена, Ф. Хайека, Х. Зайделя, где конкурентоспособность связывается с приданием товару совокупности качественных характеристик.

Также, понятие «конкуренция» представлено в данных работах как соперничество между субъектами деятельности за достижение своих целей в условиях ограниченности способов, либо средств достижения этих целей.

Также, заметим, что из понятия «конкурентность» вытекает такое понятие как «конкурентоспособность».

Конкурентоспособность – это оценочная категория, которая характеризует возможность оцениваемого объекта успешно конкурировать.

Важно отметить, что конкуренция и конкурентоспособность неразрывно связаны с понятием «рынок».

В научной литературе дается несколько определений данному понятию. В них рынок представлен как:

* совокупность существующих и потенциальных покупателей товара [3];
* любое взаимодействие, в которое вступают люди для торговли друг с другом [4];
* инструмент или механизм, сводящий вместе покупателей, представляющих спрос, и продавцов (поставщиков) отдельных товаров и услуг [5];
* система экономических отношений, складывающихся в процессе производства, обращения и распределения продукции (товаров, работ, услуг), которая характеризуется свободой хозяйствующих субъектов в выборе покупателей, продавцов, определении цен, формировании и использовании источников ресурсов;
* во-первых, это система товарно-денежных отношений, система кругооборота капитала, обусловленная спросом и предложением; во-вторых, это сложная экономическая категория, выражающая совокупность социально-экономических отношений в сфере обмена продуктами производства, это совокупность отношений между спросом и предложением, между покупателями и производителями, осуществляющимися в условиях равновесия между производством и общественными потребностями [6].

Данное определение вполне соответствует и продовольственному рынку, который, как известно, является неотъемлемой частью аграрного рынка. Аграрный рынок включает еще как минимум три составляющих: рынки земли, труда и технического производства.

Более того, конкурентоспособность продукциии конкурентоспособность предприятия – производителя продукции соотносятся между собой как часть и единое целое.

Возможность компании конкурировать на определенном товарном рынке непосредственно зависит от конкурентоспособности товара и совокупности экономических методов и основных функций деятельности предприятия.

Предприятие - это отдельно функционирующая экономическая система на рынке.

С экономической точки зрения, предприятие как система, объединяющая три вида производственных, а также финансовых процессов, функционирует непрерывно и неограниченно как существующий автономный субъект экономики. Это особая организация, в которой на систематической основе органически соединяются три вида процессов:

1) производства продукции;

2) реализации продукции;

3) воспроизводства израсходованных ресурсов.

Конкурентоспособность предприятия - это его способность выпускать и продавать конкурентоспособные товары.

Обратимся к критериям конкурентоспособности предприятия как отдельного объекта хозяйствования, функционирующего на экономическом рынке (табл. 1).

Таблица 1

Критерии конкурентоспособности предприятия как отдельного объекта хозяйствования

|  |  |
| --- | --- |
| Критерии и показатели конкурентоспособности | Роль показателя в оценке |
| 1 | 2 |
| *1. Эффективность производственной деятельности предприятия* |
| 1.1.Издержки производства на единицу продукции, руб. | Отражает эффективность затрат при выпуске продукции |
| 1.2. Фондоотдача, руб. | Характеризует эффективность использования основных производственных фондов |
| 1.3.Рентабельность товара или услуги, %. | Характеризует степень прибыльности товара или услуги |
| 1.4.Производительность труда, руб./чел. | Отражает эффективность реализации производства товара или же услуги |
| *2. Финансовое положение предприятия* |
| 2.1. Коэффициент автономии | Характеризует независимость предприятия от заемных источников |
| 2.2. Коэффициент платежеспособности | Отражает способность предприятия выполнять свои финансовые обязательства и измеряет вероятность банкротства |
| 2.3. Коэффициент абсолютной ликвидности | Отражает качественный состав средств, являющихся источниками покрытия текущих обязательств |
| 2.4. Коэффициент оборачиваемости | Характеризует эффективность использования оборотных средств. |
| *3. Эффективность организации сбыта и продвижения товара или услуги* |
| 3.1. Рентабельность продаж, %. | Характеризует степень прибыльности работы предприятия на рынке, правильность установления цены на товары и услуги |
| 3.2. Коэффициент затоваренности готовой продукцией | Отражает степень затоваренности товарной продукцией |
| 3.3. Коэффициент загрузки производственной мощности | Характеризует деловую активность предприятия |
| 3.4. Коэффициент эффективности рекламы и средств стимулирования сбыта | Характеризует экономическую эффективность рекламы и средств стимулирования сбыта |
| *4. Соотношение цены и качества* |
| 4.1. Качество товара и услуги | Характеризует способность товара или услуги удовлетворять потребности |
| 4. 2. Цена товара и услуги | Характеризует доступность товара или услуги |

Таким образом, конкурентоспособность предприятия - это интегральная числовая характеристика, с помощью которой оцениваются достигнутые предприятием конечные результаты его деятельности в течение определенного периода.

**Выводы.** На основании вышеизложенного, можно сделать вывод, что в рыночной экономике конкурентоспособность является решающим фактором коммерческого успеха товара.

Это понятие многогранное, которое означает соответствие товара условиям рынка, конкретным требованиям потребителя не только по своим качественным характеристикам, но, также по коммерческим и иным условиям его реализации.

Более того, стоит подчеркнуть, что конкурентные преимущества не являются вечны­ми, они завоевываются и удерживаются только при постоянном совершенствовании всех сфер деятельности, что является трудоем­ким и, как правило, дорогостоящим процессом.

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
| **Список литературы** |
|  | Международный маркетинг: учеб. пособие / Под ред. Н. И. Перцовского. – М.: Высшая школа, 2001. – 239с. |
|  | Макконел К. Р., Брю С. Л. Экономикс: принципы,проблемы и политика (13-е издание) // Учебник, т. 1 – М.:Инфра, 2000 |
|  | Котлер Ф. Основы маркетинга: пер. с. англ. / общ. ред. и выступ. Е. М. Меньковой.- М.: Прогресс, 1993. – 736с. |
|  | Лейтман Дж. Введение и теория оптимального управления. Перевод с англ. К. А. Лурье. Изд-во «Наука». / Гл. редакция физ-математ. литературы. М.: 1968. – 185с. |
|  | Макконел К. Р., Брю С. Л. Экономикс: принципы,проблемы и политика (13-е издание) // Учебник, т. 1 – М.:Инфра, 2000. |
|  | Пустуев А. Л. Основы аграрного рынка и финансов в АПК. Учебное пособие. – Екатеринбург: УрГСХА, 1996. – 170с. |