

На правах рукописи

СОГОМОНОВ ЭДУАРД СОГОМОНОВИЧ

**ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
ПРЕДПРИЯТИЙ ХЛЕБОПРОДУКТОВ**

**Специальность: 08.00.05 – " Экономика и управление
народным хозяйством (промышленность)"**

А В Т О Р Е Ф Е Р А Т
диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Москва - 2000



Работа выполнена в Московской Государственной
технологической академии

- Научный руководитель:** доктор педагогических наук,
кандидат экономических наук,
профессор **Филатов О.К.**
- Официальные оппоненты:** доктор экономических наук,
профессор **Денискин В.В.**
- кандидат экономических наук,
доцент **Кюркчу Т.Н.**
- Ведущая организация:** **ОАО ФКК «Росхлебопродукт»**

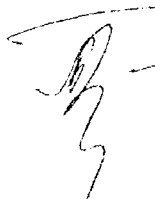
Защита состоится «27» декабря 2000 г. в 10⁰⁰ часов на заседании
диссертационного совета Д.063.45.01 при Московской государственной
технологической академии по адресу:

109803, г. Москва, ул. Земляной вал, дом 73, ауд. 30.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке МГТА.

Автореферат разослан «23» ноября 2000 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета,
к.э.н., доцент



Миргородская Т.В.

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы. Развитие предприятий и их место в рыночной экономике зависят от уровня конкурентоспособности, а также умения адаптироваться к сложившимся социально-экономическим условиям. Конкурентоспособность каждого отдельного предприятия складывается под воздействием различных факторов производственно-экономической деятельности. Важное значение в этом занимают качество выпускаемой продукции, уровень используемой техники и технологии, организации производства, труда и управления, развития социальной среды.

В настоящее время на предприятиях хлебопродуктов наблюдается спад объемов выпуска продукции и снижение научно-технического уровня производства. По отдельным предприятиям объем выпускаемой продукции сократился более чем в 2 раза. Следует отметить, что основные производственные фонды нуждаются в ускоренной замене, так как использование устаревшей и изношенной техники отрицательно влияет на качество выпускаемой продукции, а, следовательно, и на конкурентоспособность предприятия. Одной из причин сложившегося положения является отсутствие научно-методического обоснования повышения конкурентного статуса предприятия.

Степень разработанности проблемы. Вопросы повышения конкурентоспособности предприятий пищевой промышленности нашли определенное отражение в работах известных ученых. Однако, несмотря на важность проведенных ими исследований, многие аспекты этой проблемы не были изучены. Так, вопросы повышения качества продукции, надежности оборудования, их влияние на уровень конкурентоспособности предприятий хлебопродуктов не были проработаны в достаточной мере. Этим обосновывается выбор темы исследования и круг научных проблем, являющихся предметом изучения.

Цель и задачи исследования. Целью исследования является научно-методическое обоснование выбора основных направлений повышения конкурентоспособности предприятий хлебопродуктов.

Для достижения указанной цели в ходе исследования были сформулированы и решены следующие задачи:

- определение роли и значения конкуренции для повышения эффективности производства;
- изучение сущности и понятия «конкурентоспособность»;
- выявление факторов, влияющих на повышение уровня конкурентоспособности предприятий;
- анализ тенденций развития конкурентоспособности предприятий хлебопродуктов;
- изучение взаимосвязи уровня конкурентоспособности предприятий и качества хлебопродуктов;
- выявление возможностей и резервов повышения эффективности работы предприятий хлебопродуктов;
- разработка методических подходов к определению уровня конкурентоспособности предприятий;
- определение влияния диверсификационной деятельности на уровень конкурентоспособности предприятий;
- разработка стратегии повышения конкурентного статуса предприятий.

Предмет исследования – производственная, организационно-экономическая деятельность предприятий хлебопродуктов, сфера определения качества зерна и продуктов его переработки.

Объект исследования – предприятия хлебопродуктов Московской, Ростовской, Тверской и других областей Российской Федерации.

Теоретической и методологической основой исследования являются экономическая теория, научные труды отечественных и зарубежных ученых по проблемам повышения конкурентоспособности предприятий.

При проведении исследований для получения количественных характеристик использовались экономико-математические методы, системный анализ, методы систематизации, обобщений и анкетирования.

Научная новизна исследования заключается в том, что впервые проведено системное исследование различных аспектов конкурентоспособности и разработано научно-методическое обоснование повышения конкурентного статуса предприятий хлебопродуктов:

- дано определение сущности понятия «конкурентоспособность» предприятия;
- обоснована система предпосылок, необходимых для повышения уровня конкурентоспособности предприятий;
- определены факторы и внутренние производственно-экономические резервы, влияющие на уровень конкурентоспособности предприятий;
- выявлены тенденции развития конкурентоспособности предприятий хлебопродуктов;
- обосновано значение развития диверсификационной деятельности и разработана методика определения ее уровня;
- выявлены основные направления повышения качества зерна и продуктов его переработки;
- разработана стратегия повышения конкурентного статуса предприятий хлебопродуктов.

Наиболее существенные научные результаты, выносимые на защиту:

1. Теоретические основы повышения уровня конкурентоспособности предприятий хлебопродуктов;
2. Классификация факторов и предпосылок производственно-экономического, научно-технического и социального характера, положительно влияющих на уровень конкурентоспособности предприятий;
3. Научно-методические подходы к определению уровня конкурентоспособности предприятий;
4. Совокупность стратегических направлений, обеспечивающих повышение конкурентоспособности предприятий.

Практическая значимость результатов исследования состоит в том, что использование научных положений диссертации позволит повысить конкурентный статус предприятий хлебопродуктов. Практическую ценность для предприятий хлебопродуктового подкомплекса имеют следующие положения и предложения:

- предложения по использованию внутренних резервов и производственных возможностей, а также пути развития диверсификационной деятельности;
- рекомендации по повышению производственной деятельности предприятий;
- направления повышения конкурентного статуса предприятия, включающие научно-технические, экономические, социальные и др.

Обоснованность и достоверность научных результатов диссертации, предложенных методов и рекомендаций, полученных непосредственно автором, подтверждается сбором, анализом и обобщением статистической информации, выполненными расчетами и эксперимен-

тальным внедрением ряда выводов и предложений по повышению уровня конкурентоспособности в практическую деятельность предприятий хлебопродуктов.

В качестве исходной информации использовались постановления Правительства и законодательные акты Российской Федерации, официальные материалы Госкомстата и Минсельхоза РФ, отчетные данные предприятий хлебопродуктов.

Реализация и апробация результатов исследования. Основные результаты исследования доложены и обсуждены на Международной научно-теоретической конференции в филиале МГТА г. Ростов-на-Дону, на 3-ей Международной научно-практической конференции в Орловском государственном технологическом университете «Продовольственный рынок и проблемы здорового питания», на объединенном заседании кафедры «Экономика и предпринимательство» в 1999 и 2000 годах.

Научные положения и практические результаты исследования были использованы в практической деятельности ряда предприятий и организаций при разработке стратегических планов развития и выборе приоритетных направлений, обеспечивающих повышение конкурентоспособности предприятий хлебопродуктов. Результаты их применения подтверждены соответствующими актами и справками.

Наряду с этим, отдельные положения диссертационной работы, в частности, факторы и методы определения уровня конкурентоспособности предприятий используются в учебном процессе в МГТА при чтении дисциплин «Экономика предприятий» по специальности 0608 «Экономика и управление на предприятиях»; «Конъюнктура рынка и конкурентоспособность товара» по специальности 351300 «Коммерция (торговое дело)».

Публикации. По теме диссертационной работы опубликованы четыре работы общим объемом 1,3 п.л., которые в основном отражают полученные практические результаты, выводы и предложения.

Структура и объем диссертационной работы. Диссертация состоит из введения, трех глав, выводов и предложений, списка использованной литературы, включающего 134 наименований, изложена на 140 страницах машинописного текста, содержит 10 рисунков, 25 таблиц.

Во введении обоснована актуальность темы исследования, определена его цель и задачи, дано содержание научной новизны и практической ценности полученных результатов, представлена их обоснованность и аргументированность, приведен состав положений, выносимых на защиту, даны другие необходимые характеристики диссертационной работы.

В первой главе - «Теоретические основы формирования конкурентной среды в рыночной экономике» определена роль и значение конкуренции для повышения эффективности производства и экономического роста, выявлена сущность и дано определение понятия «конкурентоспособность», разработана система предпосылок, необходимых для повышения конкурентного статуса предприятия.

Во второй главе - «Исследование уровня конкурентоспособности предприятий хлебопродуктов» даны результаты изучения и выявления тенденций формирования конкурентного статуса предприятий, проведено изучение качественных показателей зерна и продуктов его переработки, влияющих на уровень конкурентоспособности, исследованы научно-технические направления повышения эффективности деятельности предприятий, выявлены внутренние резервы, направленные на повышение уровня конкурентоспособности предприятий хлебопродуктов.

В третьей главе - «Стратегия повышения уровня конкурентоспособности предприятий хлебопродуктов» разработаны рекомендации по повышению эффективности производственно-технической и организационно-экономической деятельности предприятий, определено влияние диверсификации производства на уровень конкурентоспособности предприятий, разработана стратегия повышения их конкурентного статуса, обоснован методический подход к определению уровня конкурентоспособности предприятия, дана методика расчета эффективности от диверсификационной деятельности.

В выводах и предложениях содержатся основные научные результаты, полученные в ходе выполнения исследования и апробации основных положений диссертационной работы, даны предложения по их реализации в практической деятельности.

2. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Повышение уровня конкурентоспособности предприятий зависит от эффективности работы практически всех сторон его деятельности. Оценка уровня конкурентоспособности предприятия является неотъемлемым элементом деятельности любого хозяйствующего субъекта. Важность ее проведения обусловлена целым рядом обстоятельств. Среди них можно назвать такие, как: повышение качества продукции, развитие научно-технического прогресса, получение наибольшей массы прибыли, достаточной для развития производственно-хозяйственной деятельности, расширение сегмента продаж продукции, осуществление инвестиционной деятельности: развитие инфраструктуры и интеграционных процессов и др.

Как показало изучение, в нестабильной экономике предприятия испытывают особенно много трудностей. Это связано с необходимостью ликвидации дисбаланса в народном хозяйстве, финансового оз-

доровления экономики, сокращения дефицита государственного бюджета, налаживания антикризисного механизма.

В ходе исследования автором было изучено влияние уровня конкурентоспособности предприятий на эффективность их деятельности. На основе проведенного изучения и анализа различных точек зрения был сделан вывод, что конкуренция является необходимым условием становления и развития рыночных отношений. Она способствует оздоровлению экономики, снижению издержек производства и цен на товары, повышению качества продукции. Конкуренция вызывает необходимость обновления средств производства, способствует удовлетворению потребностей покупателей, повышению социально-экономического уровня жизни населения.

Конкурентоспособность представляет собой сложное понятие. В самом общем виде этой экономической категории присущи свойства, создающие преимущества одного предприятия перед другими. Это может относиться к различным видам продукции, предприятиям и организациям, их группам, образующим отраслевые объединения и комплексы, а также к отдельным странам, выступающим в качестве участников конкурентной борьбы.

Характеристика, оценочные критерии и показатели, а также факторы, влияющие на уровень конкурентоспособности предприятия, отрасли, отдельного региона и национальной экономики страны в целом имеют свою специфику. Под конкурентоспособностью экономики понимается концентрированное выражение общественных возможностей, реализуемых в товарах и услугах как на внутреннем, так и на внешних рынках. Конкурентоспособность отрасли определяется наличием конкурентных преимуществ, позволяющих производить продукцию высокого качества, удовлетворяющую требованиям конкретных групп покупателей.

В наибольшей степени понятие конкурентоспособность поддается осмыслению на уровне предприятия. В условиях рыночных отношений

высокий уровень конкурентоспособности выступает главным фактором успешной деятельности предприятия. Понятие конкурентоспособность предприятия охватывает широкий комплекс экономических характеристик, определяющих положение его на отраслевом рынке. Этот комплекс включает качественные характеристики товара, качество использованной техники и технологии, уровень организации производства труда и управления, эффективность маркетинговых систем и др.

В показателе «конкурентоспособность предприятия» находят отражение итоги работы практически всех его служб и подразделений, а также возможность его быстрого реагирования на внешние факторы. Особенно важна способность предприятия оперативно, и своевременно реагировать на поведения покупателей, их вкусы и предпочтения.

Иначе говоря, на предприятии должна быть разработана соответствующая стратегия повышения конкурентоспособности, в которой предусмотрены соответствующие меры по качественному улучшению деятельности служб всего производственно-хозяйственного комплекса. Разрабатываемые на предприятиях стратегии могут различаться по целям, временным параметрам и другим характеристикам, но в любом случае они призваны обеспечить выпуск товара с определенными преимуществами перед конкурентами.

В качестве средств такого обеспечения, на наш взгляд, можно выделить две группы факторов, отражающих «превосходство в умении» и «превосходство в ресурсах». Первое связано с эффективной работой менеджеров, маркетологов, инженеров, управленческого аппарата. В качестве примера можно назвать: умелое использование мониторинга рынка, маркетинга; способность организовать работу по стимулированию выпуска, сбыта и реализации продукции; инициативная деятельность развития всех сфер производственно-сбытовой деятельности предприятия. Вторая группа факторов включает в себя: приобретение качественного более дешевого сырья, долговременные устойчивые свя-

зи с его поставщиками и потребителями продукции, наличие финансов, квалифицированный состав работников, прогрессивная техника и технология, наличие развитой инфраструктуры рынка, снижение транспортных затрат и т.д.

Превосходство над конкурентами по перечисленным и иным параметрам позволяет предприятию предлагать на рынке товары лучшего качества или по более низким ценам. Это в свою очередь укрепляет его рыночные позиции, позволяет получать прибыль, превышающую средний уровень, позитивно влияет на факторы, обуславливающие преимущества в конкуренции и повышает имидж предприятия.

Оценка конкурентоспособности предприятия проводится и по некоторым другим параметрам, связанным с особенностями производства и реализации конкретного вида продукции. В этом случае принимаются во внимание условия поставки, а также культура обслуживания при продаже товара и стимулирование потребителей.

Оценка конкурентоспособности может охватывать как конкретные товары, так и товарные группы. Она может вестись в разрезе сопоставления затрат по использованию предприятием различных технологических процессов производства товаров и услуг и доведения их до потребителей.

На предприятиях конкурентоспособность как бы обретает свою окончательную, завершающую форму в виде соотношения цены и качества товара. Это соотношение зависит от условий внешней рыночной среды, эффективности управления, способности использовать внутренние резервы.

Проведенное в работе исследование показало, что любое изделие обладает комплексом свойств, определяющих степень его пригодности к использованию в конкретных условиях. Для того, чтобы объективно оценить конкурентоспособность товара, производитель должен при анализе использовать те же критерии, которыми оперирует потреби-

тель. Только в этом случае можно ожидать, что оценка, данная своему товару поставщиком, совпадает с мнением покупателя.

В работе установлено, что конкурентоспособность товара - это совокупность качественных и стоимостных его характеристик, обеспечивающая удовлетворение конкретной потребности покупателя. Конкурентоспособным является тот товар, комплекс потребительных и стоимостных свойств которого обеспечивает ему коммерческий успех. Товар пользуется спросом населения, значительный объем продаж которого позволяет получать достаточную величину прибыли в условиях широкого предложения товаров.

Исходя из этого, автор сделал вывод, что в рыночной экономике здоровая конкурентоспособность формируется под воздействием целой системы предпосылок и условий научно-технического и социально-экономического характера. Важную роль в этом процессе занимают инновационные процессы, научно-технический прогресс, обновление средств производства и профессиональных знаний. Только предприятия, способные выполнять эти условия, могут быть конкурентоспособными в рыночной среде.

Повышение конкурентоспособного статуса предприятия зависит также от использования современных методов планирования, прогнозирования и маркетинга. Доминантой повышения конкурентоспособности является стабильный экономический рост, обеспечивающий всестороннее развитие инфраструктуры предприятия.

Выработка эффективных мотивов поведения работников также направлена на повышение конкурентоспособности предприятия. К таким мотивам можно отнести обеспечение работников не только материальными, но и социальными благами, заинтересованность в конечных результатах производства и профессиональный рост. Наряду с этим, успешному развитию конкурентоспособности благоприятствует сочетание доверия, спокойствия, делового общения среди управляю-

щих и управляемых работников и подчинения всех достижению общей цели предприятия.

Поиск и нахождение новых решений также способствует росту показателя конкурентоспособности. Одной из необходимых предпосылок повышения степени конкурентоспособности выступает создание команд или рабочих групп по решению определенных проблем. В эти группы должны включаться работники различной квалификации и профессиональной подготовки, рабочие, управляющие, покупатели, поставщики, конкуренты, коммерсанты и др. Альтернативные предложения отдельных членов таких групп способствуют наиболее эффективному решению производственно-хозяйственных задач, выработке группового мышления, получению значительного социально-экономического эффекта.

Конкурентоспособная среда зависит от совокупности управленческих, производственных, технологических навыков.

Конкурентоспособность предприятий, как показало, изучение зависит от координации задач и действий всех работников по уровням подчиненности. Одним из факторов повышения имиджа предприятий хлебопродуктов может выступать апробированный в некоторых зарубежных фирмах развитых стран метод отказа от увольнений работников и предоставление им работ в зависимости от уровня их квалификации и способностей. Суть этого метода заключается в том, что фирмы дают своим работникам, соответствующим предъявляемым требованиям, гарантию безопасности, ожидая от них безусловного выполнения жестких стандартов эффективной работы.

Проведенный в работе анализ, основанный на опросе производителей и потребителей товаров, показал, что высокое качество хлебопродуктов является основой высокой оценки работы предприятия. Увеличение объемов выпуска продукции без улучшения его качества снижает общий уровень конкурентоспособности предприятия.

Одной из характеристик, влияющих на эффективность деятельности, являются снижение издержек производства и рост производительности труда. Они напрямую связаны с качеством, объемом продаж и ценой продукции.

На основе проведенного в диссертации исследования автором определена система предпосылок, использование которой будет способствовать повышению конкурентного статуса и имиджа предприятия.

Для обоснования стратегии повышения деятельности предприятий хлебопродуктов в работе был проведен анализ объемов производства зерна и хлебопродуктов. На уровень конкурентоспособности предприятий хлебопродуктов оказывает влияние валовой сбор зерна, его урожайность и посевная площадь.

Как показало изучение в зерновом производстве России пшеница, ячмень, овес и рожь занимают ведущее место. На долю этих культур приходится около 87 % всех посевов зерновых, при этом продовольственные культуры занимают около 52 %, фуражные – более 42 %, крупяные – менее 6 %.

Наряду с этим для выявления тенденций развития предприятий автором изучена информация об общем производстве зерна и проанализированы данные, характеризующие его уровень производства за период 1970-1999 годы. Анализ свидетельствует о том, что объем валового сбора зерна в последнем десятилетии имел тенденцию к снижению. Так, в 1998 году отмечен самый низкий урожай зерновых – около 47,8 млн. тонн.

В 1999 году валовый сбор зерновых в России возрос почти до 55 млн. тонн. Это на 14 % превышает сбор 1998 года, но существенно ниже уровня 1990 года. Следует отметить, что в это время урожайность зерна возросла только в Северо-Кавказском, Поволжском и Уральском экономических районах, а в остальных регионах этот показатель снизился.

Для определения направлений повышения эффективности работы предприятий хлебопродуктов была изучена и проанализирована структура производственных мощностей мукомольных предприятий. Наибольший удельный вес по производственным мощностям занимает Центральный - 18,8 %, Поволжский - 16 % и Уральский регион - 15,4 %.

Выявлено, что в сфере зернопродуктового комплекса прослеживается тенденция по снижению объема производства продукции зерноперерабатывающих предприятий в связи с появлением большого количества мелких предприятий. В результате этого сократился ассортимент хлеба и хлебобулочных изделий, что связано с использованием малыми предприятиями наиболее простых технологий, приносящих наибольшую прибыль.

Наряду с этим изучение показало, что по сравнению с 1991 годом объем выпуска муки в 1999 году сократился на 8,8 млн. тонн. Снижение объема производства муки на предприятиях хлебопродуктов при общем увеличении потребления россиянами хлеба и хлебобулочных изделий связано с усилением конкуренции между предприятиями, появлением заводов малой мощности как в городской, так и сельской местности, увеличением доли импортной муки.

Повышения уровня конкурентоспособности продукции в основном зависит от качества используемого сырья, контроля за соблюдением правил ведения и организации технологических процессов и действующих стандартов. Проверка контроля качества, проводимая территориальными управлениями Росгосхлебинспекции, свидетельствует об имеющихся случаях использования в производстве зерна и продуктов его переработки низкого качества, не соответствующих ГОСТУ.

Анализ данных свидетельствует о том, что из года в год увеличивается масса дефектного и зараженного зерна, возрастает также объем нестандартной муки и крупы. Так, в 1998 году Росгосхлебинспекцией было обнаружено 862 тыс. тонн зерна и 8,2 тыс. тонн муки и крупы, не

соответствующих показателям качества стандарта. В 1998 году в России было выявлено около 30 тыс. тонн некачественной и опасной для здоровья потребителей продукции из зерна.

Особенно низким уровнем конкурентоспособности вырабатываемой муки и крупы характеризуются малые предприятия. Так, ООО «Гатчинский мелькомбинат» 10 % муки в 1998 году выработал с более низкой клейковиной, по сравнению с ГОСТом, ООО «Мельник» выпустил муку с хрустом, металлопримесями, худшими качествами по белизне и крупности. Изучение показывает, что неконкурентоспособная продукция достаточно часто попадает на прилавки магазинов. Например, в 1998 году в торговле было забраковано более 11 % всей поступившей продукции.

Автором выявлено, что на конкурентоспособность хлебопродуктов оказывает влияние как объем импорта, так и его экспорта. Основную массу импорта в 1995-1997 годах составила пшеница, в среднем около 2 млн. тонн в год. В 1998 году ее поступление уменьшилось до 1 млн. тонн. На экспорт отгружались, в основном, масличные культуры – около 1 млн. тонн в год и пшеница – 1,8 млн. тонн.

Необходимо отметить, что импортные поступления не всегда характеризовались высокими показателями качества, а следовательно, и уровнем конкурентоспособности. Например, если в 1995 году доля нестандартных хлебопродуктов составляла 2,8 % от общей массы импортных поставок, то в 1998 году она достигла 6 %. При этом поставщикам было возвращено немногим более 1 % (табл. 1).

Кроме того, в работе для наиболее полного анализа конкурентоспособности продукции различных предприятий, осуществлено сопоставление показателей качества муки по различным предприятиям и выявлены причины их отклонений от стандартов.

Таблица 1

**Характеристика объемов некачественных хлебопродуктов,
поступивших в Россию по импорту**

Вид хлебопродуктов	Объем поступивших хлебопродуктов по годам, тонн					
	1996		1997		1998	
	Всего некачественной продукции, тн	Уд. вес от общего объема импорта, %	Всего некачественной продукции, тн	Уд. вес от общего объема импорта, %	Всего некачественной продукции, тн	Уд. вес от общего объема импорта, %
Зерно и масличные	58 154	1,8	35 394	1,2	32 244	2,0
Мука	26 066	4,0	4 706	2,0	15 313	3,7
Крупа	43 774	9,7	20 970	4,1	5 490	1,5
Шроты и комбикорма	4 190	1,3	110845	32,3	76 350	21,3
Всего	132 184	2,8	147847	4,0	153 285	6,0

Анализ данных свидетельствует о том, что, например, мука Раменского и Брянского комбинатов хлебопродуктов по качеству превышает продукцию других предприятий.

Автором сделан вывод, что конкурентоспособность предприятия и его финансовая устойчивость находятся также в прямой зависимости от ассортимента выпускаемой продукции. Широкий спектр ассортимента привлекает к предприятию как потребителей, так и конечных продавцов товара. Это оказывает влияние не только на получение дополнительной массы прибыли, но и помогает предприятию завоевать дополнительные рынки сбыта.

Наряду с этим, на показатель конкурентоспособности предприятия оказывает влияние доля собственного зерна в общем объеме его переработки. Переработка каждой его тонны обеспечивает получение дополнительной прибыли, одновременно увеличивая массу отрубей и

других побочных продуктов, которые могут быть использованы в комбикормах, или проданы другим предприятиям.

При переработке предприятиями давальческого зерна, они также получают дополнительную прибыль в виде процента за услугу. Однако размер этого дохода значительно ниже, чем от переработки собственного зерна. Например, на Бутурлиновском мелькомбинате в 1998 году удельный вес дavalьческой продукции было переработано более 65%, собственной – менее 28%, а государственной – почти 5%.

Одним из факторов, оказывающих влияние на конкурентоспособность продукции, является величина себестоимости. Чем выше себестоимость продукции, тем более высокая цена устанавливается на нее. Это снижает уровень ее конкурентоспособности. Установлено, что на мукомольных предприятиях диапазон затрат на выработку одного рубля реализованной продукции находится в значительных пределах. Так, Бутурлиновский мелькомбинат на один рубль товарной продукции затрачивает 83,3 коп., тогда как Рыбинский мукомольный завод – 90 коп., а Московский мелькомбинат в Сокольниках – 92,1 коп. Такая ситуация приводит к определенному диапазону цен на продукцию.

В ходе исследования, автор сделал вывод, что предприятия, наиболее удаленные от зернопроизводящих регионов, затрачивают значительно больше средств на выпуск своей продукции. Для выхода из создавшейся ситуации и для получения ими прибыли необходимо повышать удельный вес высококачественной продукции.

Наряду с этим, важным фактором повышения конкурентоспособности предприятия является эффективность использования зерна и его углубленная безотходная переработка. Предприятия, достигшие высокого показателя переработки зерна в готовую продукцию, как правило, имеют средства для осуществления воспроизводственных процессов. Этот фактор непосредственно зависит от степени эксплуатации и качества работы оборудования.

В ходе исследования было изучено научно-техническое направление повышения конкурентоспособности предприятия. В результате установлено, что ее уровень зависит от целого ряда факторов и аспектов научно-технического развития. В первую очередь, на повышение эффективности влияют современные высокопроизводительные технологические процессы, оборудование и приборы, обеспечение достоверной информацией, развитие инвестиционной деятельности и другие.

Как показывает анализ, в целом по предприятиям хлебопродуктов в год в связи с износом осуществляется замена не более 1,0-1,5 % оборудования. Результаты опроса специалистов мукомольно-крупяных предприятий, позволили выявить следующие основные причины такого положения:

1. Отсутствие достаточно развитой материальной базы проектно-конструкторских и научно-исследовательских институтов, осуществляющих разработку новых видов оборудования и приборов.
2. Существенное сокращение научного потенциала, занятого исследованием и разработкой оборудования для предприятий хлебопродуктов.
3. Малочисленность машиностроительных заводов, выпускающих оборудование по приему, размещению, хранению, очистке, сушке зерна, переработке его в муку, крупу, комбикорма.
4. Отсутствие законодательства, определяющего обязательное создание на предприятиях фонда накопления.
5. Несовершенная налоговая политика, которая не способствует развитию воспроизводственных процессов и обновлению оборудования.
6. Сокращение или практическая ликвидация территориальных организаций по ремонту оборудования.
7. Нарушение режимов капитального профилактического и текущего ремонта оборудования.
8. Низкое качество и надежность отечественного оборудования и незначительный объем инвестиций, направляемых на эти цели.

Для обоснования и выявления причин, негативно влияющих на эксплуатацию основных производственных фондов, были выбраны независимые эксперты 8 мукомольных, 4 крупяных заводов и 5 элеваторов, согласившихся выступить в качестве респондентов.

Результаты опроса специалистов предприятий приведены в табл. 2.

Таблица 2

Результаты оценки респондентами причин старения оборудования

№ фактора	Количество респондентов, определивших важность данного фактора, %									
	10	20	30	40	50	60	70	80	90	100
1						X				
2				X						
3								X		
4			X							
5										X
6									X	
7		X								
8										X
9					X					
10							X			

На основе данных опроса сделан вывод, что основными причинами старения основных производственных фондов являются несовершенная налоговая политика, низкое качество и надежность отечественного оборудования, незначительный объем инвестиций, которые получили 100 % ответов респондентов; сокращение или практическая ликвидация территориальных ремонтных организаций – 90 %, малочисленность машиностроительных заводов, выпускающих оборудование специальной направленности, – 80 % и т. д.

Кроме того, были изучены технические недостатки оборудования, выпускаемого различными машиностроительными заводами. Как по-

казал анализ, основными причинами неконкурентоспособности отечественного оборудования являются технические недоработки, связанные с низким качества материалов, недостаточной герметичностью, некачественной сборкой, несоблюдение схем установки и др.

Таким образом, сделан вывод, что имидж предприятия определяется масштабом и разновидностью видов деятельности, высоким качеством сырья и выработанной из него продукции, соответствующим техническим уровнем оборудования и степенью его обновления, использованием высокоэффективных безотходных технологий, способностью выполнения принятых обязательств и другими факторами.

Наряду с этим в диссертации определена роль и значение диверсификации производства и обоснована эффективность ее осуществления. Важное значение для выпуска высококачественной продукции имеет контроль за всеми функциями и видами деятельности предприятия. Основными сферами деятельности, которые вызывают необходимость усиленного контроля, являются: сфера закупки зерна, сфера производства и сбыта готовой продукции, маркетинговая деятельность, кадровая служба, финансовая сфера.

На основе проведенного исследования нами разработаны стратегия повышения уровня конкурентоспособности предприятий хлебопродуктов (см. рисунок).

В результате проведенного анализа и обобщения полученных результатов определены основные направления повышения конкурентного статуса предприятия: в области качества, научно-технического прогресса, экономики, труда, маркетинга, мониторинга рынка, интеграции и взаимоотношений с товаропроизводителями зерна. Наряду с этим конкурентный статус предприятия зависит от: увеличения объема продаж, снижения издержек производства, увеличения фонда накопления, повышения заработной платы работников и др.

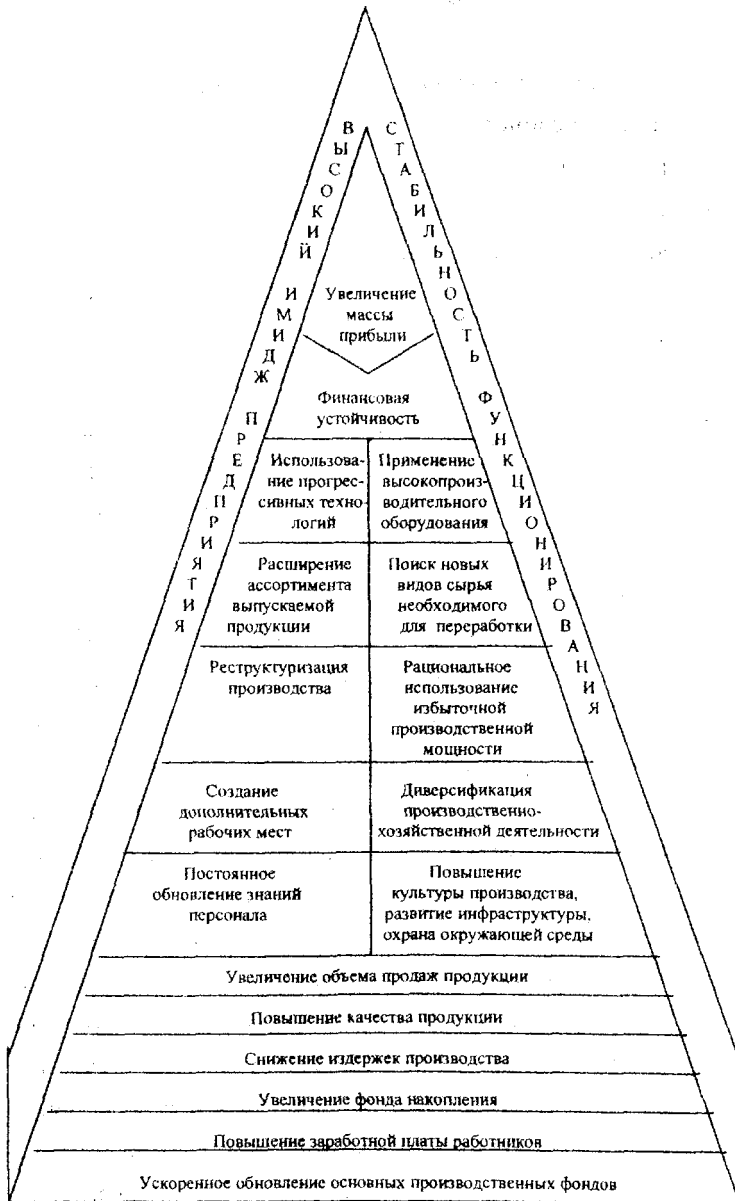


Рис. Направления повышения конкурентоспособности предприятия

3. ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

На основе выполненного исследования проблемы повышения конкурентоспособности предприятий хлебопродуктов сделаны следующие выводы и внесены конкретные предложения по их реализации:

1. Повышение конкурентоспособности предприятий является важным фактором их функционирования в условиях рынка, обеспечивающим экономический рост и улучшение социально-экономического положения в стране.

2. Экономический анализ показателей, характеризующих развитие зернопродуктового комплекса, показал, что в настоящее время наблюдается тенденция снижения объемов производства зерна и продуктов, вырабатываемых из него, ухудшение качества продукции и сокращение ее ассортимента.

3. Повышение качества хлебопродуктов зависит от совокупности мероприятий, которые необходимо внедрять в практическую деятельность. С этой целью в работе рекомендовано использование резервов улучшения качества хлебопродуктов, связанных как с внутренними, так и с внешними факторами деятельности предприятий.

4. Важнейшими показателями улучшения качества работы предприятий выбраны: повышение качества зерна и продуктов его переработки, расширение ассортимента продукции, снижение издержек производства, обновление оборудования, соблюдение правил ведения и организации технологических процессов, осуществление диверсификации производства, использование систем маркетинга и мониторинга рынка, улучшение социально-экономического обеспечения работников и др.

5. Основными негативными факторами, влияющими на низкий уровень научно-технического развития предприятия являются: высокая степень износа оборудования, низкое качество его изготовления, несовершенство налоговой политики, слабая материально-техническая ба-

за машиностроительных заводов, отсутствие достаточной и достоверной информации, недостаточность инвестиций и инновационных разработок.

6. В условиях рыночных отношений повышение конкурентоспособности предприятий зависит от развития интеграционных процессов, заинтересованности товаропроизводителей зерна в продаже его обработчикам и переработчикам, достоверности определения количественно-качественных параметров продаваемого зерна, улучшения материально-технической базы сельскохозяйственных предприятий. В работе предложены рекомендации, направленные на улучшение эффективности этих видов деятельности.

7. В работе для эффективного использования внутренних резервов производства предложены конкретные рекомендации, способствующие повышению конкурентоспособности предприятий хлебопродуктов. Наряду с этим повышение ее уровня, возможно достичь путем применения разработанных рекомендаций по развитию диверсификационной деятельности и методов его определения.

8. Для определения уровня конкурентоспособности предприятия предложен метод его оценки, который целесообразно использовать при сравнении деятельности различных предприятий.

**ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ ОПУБЛИКОВАНЫ
СЛЕДУЮЩИЕ РАБОТЫ:**

1. Экономические аспекты и критерии как фактор научно-технического прогресса. – М.: Пищепромиздат, 1999. – 2,75 п.л. (авт. вкл. – 1,0 п.л.);
2. Согомонов Э.С. Проблемы научно-технического прогресса на предприятиях пищевой промышленности. Сб: Продовольственный рынок и проблемы здорового питания. – Орел, ОГТУ, 2000 – 0,1 п.л. ;
3. Согомонов Э.С. Экономические категории и условия стабильности работы мукомольных предприятий. Сб: Пищевая промышленность на рубеже веков: состояние и перспективы экономического роста. - М.: МГУПП, 2000. – 0,1 п.л. ;
4. Согомонов Э.С. Экономические проблемы стабилизации развития предприятий хлебопродуктов. – Ростов-на-Дону, МГТА, 2000 – 0,1 п.л. .

Отпечатано в типографии ООО "Диапазон".

Подп. в печать 20.11.2000 г.

Тираж 100. Объем 1,0 печ. л. Заказ № 31/11.
344010, г. Ростов-на-Дону, ул. Красноармейская, 206.
Лиц. ПЛД № 65-116 от 29.09.1997 г.