МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО СЕЛЬСКОМУ ХОЗЯЙСТВУ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «АЗОВО-ЧЕРНОМОРСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АГРОИНЖЕНЕРНАЯ АКАДЕМИЯ»

Факультет: Экономический

Кафедра: Менеджмента

Реферат

на тему: « Повышение конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции».

Выполнил:

Проверил:

Зерноград 2008

**Содержание.**

Введение

1. Понятие конкурентоспособности. Факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятий.
2. Конкуренция в сельскохозяйственном производстве.
3. Меры повышения конкурентоспособности.
4. Заключение

Список литературы

**Введение.**

В настоящее время термин «конкурентоспособность» стал одним из наиболее употребляемых в научной литературе. Политики, экономисты, представители бизнеса, журналисты также широко его используют, когда речь идет о необходимости интеграции экономики страны в систему современного мирового хозяйства.

За рубежом проблематика конкурентоспособности занимает одно из центральных мест в экономическом анализе различных видов хозяйственной деятельности различных субъектов. Прежде всего это связано с объективным ростом международной и внутренней конкуренции в течение нескольких последних десятилетий.

Фундаментальные изменения структуры мирового рынка ,связанные с переходом группы стран от плановой к рыночной экономики, привели к драматичным последствиям в первую очередь для стран бывшего Советского Союза. Отсутствие последовательных шагов по реформированию внутреннего рынка привело к свертыванию национального производства и сокращению экспорта и как следствие потере сфер влияния этих стран на международных рынках.

В настоящее время в условиях либерализации торговли, все более ощутимой для России (в связи с интенсификацией переговорного процесса о присоединении страны к ВТО), сдерживание «нежелательной» импортной экспансии будет ограничено принятыми международными правилами. Поэтому тема конкурентоспособности отечественной продукции приобретает особую актуальность.

**1.Понятие конкурентоспособности. Факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятий.**

В условиях рыночной экономики выживаемость любого предприятия, его устойчивое положение на рынке товаров определяется уровнем его конкурентоспособности, то есть способности производить и сбывать товары, которые по ценовым и неценовым характеристикам более привлекательны для потребителей, чем товары их конкурентов. Она характеризует возможности и динамику приспособления фирмы к условиям рыночной конкуренции.

Важный аспект конкурентоспособности - наличие конкурентных преимуществ, то есть уникальных осязаемых и неосязаемых активов, которыми владеет предприятие, которые стратегически важны для бизнеса и позволяют побеждать в конкурентной борьбе. Чтобы предприятие стало лидером на рынке, ему необходимо опережать конкурентов в нововведениях в системе производства и сбыта, в установлении новых цен, снижении издержек. Поэтому конкурентоспособность не является постоянным признаком; преимущество над соперником может утрачиваться со временем как за счет факторов внешней среды, так и за счет внутренних факторов. Внешними факторами конкурентоспособности являются:

1. Финансово-кредитная, инвестиционная и налоговая политика государства;
2. Степень конкурентоспособности рынка;
3. Величина платежеспособного спроса;
4. Инфраструктура рынка;
5. Протекционистская политика по отношению к отечественным производителям;
6. Стандартизация и сертификация продукции;
7. Уровень информированности о рыночной конъюнктуре;
8. Природно-климатические условия.

Внутренние факторы конкурентоспособности:

1. Конкурентоспособность продукции;
2. Финансовое состояние предприятия;
3. Маркетинговая деятельность;
4. Организация и управление производством;
5. Инновационная деятельность и технологии;
6. Размер предприятия.

Конкурентоспособная продукция- это продукция, обладающая более высокими свойствами по сравнению с аналогами и пользующаяся в результате повышенным спросом. Конкурентоспособность продукции - понятие относительное, четко привязанное к определенному рынку и времени сбыта, что особенно характерно для с.-х. товаров). Конкурентоспособность продукции определяется показателями ее качества, ценой, упаковкой, товарным знаком, рекламой и т.д. Важным фактором конкурентоспособности товара, также как и фирмы в целом, является ее маркетинговая деятельность. Она предполагает решение не только относительно пассивной задачи - тщательного изучения требований покупателей и адаптации к ним выпускаемой продукции, Нои активной задачи по формированию и стимулированию спроса на товары фирмы в целях повышения их конкурентоспособности и увеличения продаж. Именно этой цели в первую очередь призвана служить реклама.

В законе РФ «О рекламе» она трактуется как « распространяемая в любой форме;, с помощью любых средств информация о физическом или юридическом лице, товарах, идеях и начинаниях, которая предназначена для непосредственного круга лиц и призвана формировать и поддерживать интерес к этим физическим или юридическим лицам, товарам, идеям и начинаниям и способствовать реализации товаров, идей и начинаний ».

Конкурентоспособность продукции также определяется ценой товара. Политика цен зависит от задач, которые она призвана решать: обеспечение выживаемости предприятия, максимизация прибыли и т.д.

**2. Конкуренция в сельскохозяйственном производстве.**

Конкуренция в сельском хозяйстве формируется одновременно по двум направлениям: между хозяйствами с различными формами собственности и хозяйствования и между всеми товаропроизводителями за наиболее выгодные экономические условия деятельности и финансовые результаты. Конкуренция между хозяйствами с различными формами собственности пока проявляется незначительно. Доля крестьянских хозяйств в производстве зерна в 2002 г. Была равна всего лишь7,5 %, сахарной свеклы-3,9%,продукции животноводства-0,2-0,5%. Сегодня наиболее существенную конкуренцию коллективным сельскохозяйственным предприятиям составляют личные подсобные хозяйства населения ,которые в 2002 г. произвели 99,8 % картофеля,96,1 %овощей,50 % молока и 54% мяса. Увеличение земельных наделов и рост поголовья скота способствует превращению их в товарные хозяйства, но пока в конкурентной борьбе за рынки сбыта их место не значительно. Повышению конкурентоспособности сельскохозяйственного производства региона будут способствовать интеграция сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий, создание инфраструктуры рынка продукции (хранилища, холодильные хозяйства, транспортное обслуживание); совершенствование региональной структуры производства (в том числе определение оптимальных зон и концентрации производства сахарной свеклы, подсолнечника, мяса, молока для удовлетворения потребностей области); государственная поддержка развития социальной сферы на селе.

Особое влияние на формирование конкуренции в сельском хозяйстве оказывает взаимоотношения между хозяйствами-производителями сельскохозяйственной продукции и предприятиями переработки. Конкуренция между ними проявляется на рынке сбыта продукции, в установлении цены на продукцию сельского хозяйства, которая для перерабатывающего предприятия является сырьем. Судить об этом можно по величине доли закупочной цены в розничной цене продукта. По всем видам сельскохозяйственной продукции, кроме мяса, доля цены продаж в розничной цене не превышает 40%. Доля цены зерна пшеницы в цене муки составляла в 2000-2001 г.35 %,а в 2002 г.- 19,4 %.Доля цены зерна в розничной цене хлеба из пшеничной муки в 2002 г. снизилась до 9 %.Доля цены сельскохозяйственных предприятий в розничных ценах на мясо составляла 25-33%, что обусловило убыточность его производства. Доля закупочной цены молока в розничной цене в 2002 г. составляла 33%.Конечно такой уровень цен на сельскохозяйственную продукцию не позволяет сельскохозяйственным предприятиям окупать затраты на ее производство, и они вынуждены его сокращать, особенно производство продукции животноводства.

Такие условия не способствуют повышению конкурентоспособности сельскохозяйственных предприятий, так как они негативно сказываются на развитии производства.

**3. Меры повышения конкурентоспособности.**

Ситуация, сложившаяся в настоящее время в агропромышленном производстве, требует выработки четких мер, направленных на повышение его конкурентоспособности, включая демонополизацию промышленных перерабатывающих предприятий. Среди этих мер особую актуальность приобретают задачи, связанные с созданием и функционированием многоукладной экономики, ориентированной на рынок коллективных и частных производителей с развитой сетью кооперации и агросервиса. В отношении ценового регулирования и государственной финансовой поддержки аграрного сектора производства основным принципом должен быть аграрный протекционизм, обеспечивающий эквивалентность товарного обмена между сельским хозяйством и промышленностью, конкурентоспособность национальных производителей на мировом рынке и социальную защиту работников сельского хозяйства. В настоящее время такого эквивалентного обмена нет, цены на продукцию сельского хозяйства низкие и темпы их роста значительно отстают от темпов роста цен на промышленную продукцию и услуги. Значительно ниже мировых и средние цены реализации сельхозпродукции. Так, цена реализации зерна составляет не больше 35 % от мирового уровня, цены реализации скота не достигают и 40 % от мировых цен. Конечно уровень себестоимости продукции животноводства не позволяет отечественным предприятиям кон курировать на мировом рынке, но производство зерна вполне конкурентоспособно. При осуществлении ценовой политики в АПК в ближайшее время необходимо обеспечить государственную поддержку сельхозпроизводства, сохранить и увеличить дотации. Но вместе с тем требуют серьезного реформирования формы и методы контроля за ценами. Нам представляется, что система цен в АПК должна состоять из различных их видов:

• Свободные цены, которые складываются под воздействием спроса и предложения на рынках;

* Гарантированные цены, которые поддерживают государство с
помощью установления приемлемого уровня цен или дотаций;
* Залоговые цены, по которым осуществляются залоговые операции и
оплачивается продукция по залогу.

Гарантированные и залоговые цены должны быть известны заранее и контролироваться в зависимости от роста цен на материально-технические ресурсы и услуги для села.

Цены должны оказывать влияние на формирование региональной структуры сельхозпроизводства, способствовать формированию межрегионального обмена продукцией. Государственное регулирование аграрных рынков и рыночных цен может осуществляться в формах государственных закупок сельхозпродукции и продовольствия или государственных залоговых операций в соответствии с федеральными и региональными программами. Оно может установить фиксированные минимальные гарантированные цены, залоговые ставки и целевые цены для государственных закупок, залоговых операций и распродажи продукции. Государство способно поддерживать рыночные цены методами товарных интервенций (закупок и распродаж) на свободных товарных рынках, регулировать импорт и экспорт сельскохозяйственной продукции и продовольствия. Для сбалансированности цен в АПК следует предусматривать совершенствование экономического механизма взаимоотношений непосредственных сельскохозяйственных товаропроизводителей с заготовителями, перерабатывающими предприятиями торговлей путем перехода от неэффективных форм контроля за уровнем рентабельности в перерабатывающей промышленности к введению и поддержанию паритетных коэффициентов соотношения цен на сырье и конечную продукцию в перерабатывающих отраслях.

Для таможенной защиты внутренних регулируемых свободных цен на с.-х. продукцию нужно создать систему ценового регулирования внешнеэкономической деятельности. Она должна включать взимание пошлин и компенсационных сборов, установление пороговых цен и защитных обменных курсов при пересечении границ страны. Поддержка сельскохозяйственных товаропроизводителей может осуществляться в форме субсидирования, льготного кредитования, налогового и инвестиционного стимулирования. Финансовую поддержку агропромышленного комплекса следует осуществлять по следующим направлениям:

* Путем компенсации части затрат на горюче-смазочные материалы, электроэнергию, удобрения при производстве отдельных видов с.-х. продукции;
* Создание специальных государственных фондов финансовой поддержки сельского хозяйства, обладающих источниками формирования и целевым характером использования;
* Выделение дотации при поддержке племенного дела в животноводстве и птицеводстве, ведения элитного семеноводства, производства гибридных семян кукурузы, подсолнечника и сахарной свеклы;
* Субсидирование за счет средств республиканского бюджета части кредитов, используемых товаропроизводителями на приобретение высокопроизводительных машин и оборудования, введение эффективных технологий;
* Оказание финансовой помощи в становлении и развитии крестьянских хозяйств.

Кредитная политика государства в агропромышленном комплексе должна быть направлена на обеспечение его приоритета в экономической структуре всего народного хозяйства и направлена на стимулирование производства. Льготные кредиты при этом следует предоставлять под специальные инвестиционные программы при условии их выполнения, а также в целях поддержки новых предпринимательских форм хозяйства. При этом следует жестко контролировать деятельность посреднических структур. Важно обеспечить выделение кредитных ресурсов, доступных селянам, для покрытия сезонного недостатка собственных средств, а также для осуществления инвестиций в объекты общегосударственного значения. Этот подход мог бы включить следующие направления:

1. открытие специальной кредитной линии с оформлением залоговых операций под будущий урожай;
2. предоставление инвестиционных кредитов на строительство производственных объектов сельского хозяйства пищевой и перерабатывающей промышленности;
3. внедрение ипотечных операций и земельного залога в целях привлечения в сельскохозяйственное производство дополнительного капитала.

Размеры кредитов, процентные ставки, сроки погашения, меры ответственности за использование кредита и его возврат должны определяться на договорной основе между производителями и банками. Предлагается также наряду с укреплением действующей банковской структуры по обслуживанию агропромышленного комплекса сформировать систему с.-х. кооперативных банков, в том числе с государственной поддержкой, включая создание учреждений мелкого кредита.

Как один из путей преодоления последствий монополизма в перерабатывающем секторе АПК можно рассматривать интеграцию хозяйств-производителей продукции и предприятий по ее переработке. Она позволяет устанавливать приемлемые цены между промышленностью и сельским хозяйством, совместно развивать производство, снижать затраты, направлять больше средств на модернизацию сельского хозяйства, повышать производительность труда. Об этом свидетельствует агропромышленных корпораций Белгородской, Курской и других отраслей Центрально-Черноземного района. Ярким примером такой ассоциации является агропромышленная корпорация «Стойленская Нива» в Белгородской области. В настоящий момент в «Стойленскую Ниву» входят 30 сельхозпредприятий, общая площадь земель которых составляет 200 тыс.га.

Мощности корпорации представлены заготовительными и мукомольными предприятиями, элеваторами, хлебозаводами, предприятиями мясной и молочной переработки. С августа 2002г. Она осуществляет поставки зерна в 11 стран мира, в том числе в СА, Алжир, Испанию, на Кипр, в Германию и Данию, и входит в число 20 крупнейших компаний-экспортеров российского зерна.

Агропромышленная корпорация «Стойленская Нива»- одна из немногих российских организаций, стремящихся внедрить в агропромышленный комплекс самые современные технологии для того, чтобы производить высококачественную, экологически чистую, конкурентоспособную продукцию. Политика «Стойленской Нивы» направлена на сбалансированное развитие производства сельхозпродукции и перерабатывающих мощностей, поэтому 2/3 вложенных средств направляется на производство, 1/3 -на переработку сельскохозяйственной продукции. Динамичный рост производства и высокий потенциал корпорации выступают крепкой основой для занятия лидирующих позиций среди сельхозпроизводителей России. Поскольку агропромышленное производство включает в себя различные подкомплексы (зерновой, свекловичный и др.), которые тесно связаны с предприятиями перерабатывающей промышленности, то создание специализированных агропромышленных объединений по производству и переработке с.-х. продукции с контрольным пакетом акций будет способствовать демонополизации перерабатывающей промышленности и повышению конкурентоспособности предприятий. В едином подкомплексе завод будет заинтересован, чтобы каждое с.-х. предприятие производило больше продукции, а хозяйства будут заинтересованы в увеличении выхода готовой продукции, снижении потерь и росте прибыли на перерабатывающем предприятии.

Условием формирования конкуренции в АПК является развитие инфраструктуры - производственной, социальной и рыночной. Производственная инфраструктура должна обеспечить сохранность и наращивание производства с.-х. продукции. Для этого требуется улучшить обеспеченность предприятий и фермерских хозяйств техникой, производственными помещениями, энергетическими мощностями, газом ,дорогами.

Развитие инфраструктуры в агропромышленном комплексе должно осуществляться за счет расширения фирменной торговли. Необходимо формировать региональные продовольственные оптовые рынки по основной сельскохозяйственной продукции и продуктов ее переработки. Для этого нужны товарные биржи сельскохозяйственного сырья, обеспечение сельхозпроизводителей беспрепятственным входом на рынок, со здание альтернативных рыночных каналов реализации продукции. Для развития рыночной инфраструктуры требуется подготовка кадров, владеющих практикой маркетинга, создание автоматизированных информационных систем. Осуществлении предложенных мер может обеспечить более высокую конкурентоспособность сельскохозяйственного производства региона, что в конечном итоге будет способствовать повышению его эффективности и устойчивости.

**Заключение.**

Проблемы повышения конкурентоспособности отечественной продукции являются одними из наиболее сложных и актуальных. Необходимо, чтобы они находили свое решение на уровне российских регионов, т.к. именно здесь происходит непосредственное воплощение в жизнь намечаемых проектов. На коротком отрезке времени необходимо предпринять усилия как со стороны исполнительной власти, так и бизнеса, чтобы сельское хозяйство могло обновить устаревшие сельскохозяйственные машины, использовать достижения научно-технического прогресса и перенимать опыт других стран. Наряду с поддержкой отечественных производителей конкурентной продукции, надо совершенствовать рыночную инфраструктуру на товарном и потребительском рынках, устранять негативное воздействие на конкуренцию со стороны монополистов и различного рода посредников. Необходимо упростить доступ производителей сельхозпродукции на потребительский рынок.

Реализация подобных мер усилит позиции российских предприятий как на внутреннем, так и на внешнем рынке, будет способствовать наращиванию их потенциала по производству конкурентоспособной продукции и насыщении товарного и потребительского рынков качественной отечественной продукцией.

**Список литературы.**

1. АПК: экономика и управление "Повышение конкурентоспособности продукции пищевой промышленности в России",- № 1,2007.
2. Международный с/х журнал "Повышение конкурентоспособности сельскохозяйственного производства",- № 1,2006.
3. Проблемы прогнозирования "Оценка конкурентоспособности продукции в условиях современной торговли",- №3,2006.
4. Экономика отраслей АПК; Под ред. И.А.Минакова.-М.:К олосС,2004.- 464 с.
5. Экономист "Малый и крупный бизнес: тенденции становления и
специфика функционирования",- № 4, 2001.