

МЕХАНИЗМ РЕАЛИЗАЦИИ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ АПК РЕСПУБЛИКИ АДЫГЕЯ И ЕГО МАРКЕТИНГОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

*Работа представлена кафедрой экономики и управления
Адыгейского государственного университета.*

Научный руководитель – доктор экономических наук, профессор Е. Н. Захарова

В статье предлагается рейтинговая схема оценки отдельных видов продукции АПК Южного федерального округа. В качестве инновационного ключевого преимущества для сельскохозяйственных предприятий Республики Адыгея рассматривается экологически чистое сельское хозяйство.

Ключевые слова: конкурентоспособность; конкурентные преимущества; рейтинговая схема оценки; экологически чистая продукция.

B. Kumpilov

MECHANISM OF REALISING THE AGRO-INDUSTRIAL COMPLEX'S COMPETITIVE ADVANTAGES IN THE REPUBLIC OF ADYGEA AND ITS MARKETING MAINTENANCE

The rating scheme of estimating certain production types of the agro-industrial complex in the Southern Federal District is proposed in the paper. Environmentally safe agriculture is considered as a key advantage for agricultural enterprises in the Republic of Adygea.

Key words: competitiveness, competitive advantages, rating scheme of estimation, ecologically clean product.

Конкурентоспособность АПК региона во внешней среде определяется развитием в нем как отдельных производств и видов деятельности, так и групп взаимосвязанных предприятий, специализированных поставщиков услуг, а также связанных с их деятельностью некоммерческих организаций и учреждений в определенных областях, кон-

курирующих, но вместе с тем и взаимодействующих друг друга, которые в теории конкуренции называются конкурентными кластерами [2, с. 205]. Применительно к кластерам, замыкающимся на выпуске продукции или услуг за пределами региона, можно говорить о региональных конкурентных кластерах [1, с. 4].

Технологии поддержки, инициирования, масштабирования и реструктуризации кластеров разрабатываются в соответствии с их спецификой. Результатом управляющих воздействий является повышение индивидуальной конкурентной устойчивости предприятий, составляющих кластер и конкурентной силы самих кластеров. Таким образом, многофакторный кластерный анализ позволяет выявить потенциальные возможности региона в обеспечении конкурентоспособности регионального АПК.

Для определения конкурентоспособности производства отдельных видов продукции АПК регионов ЮФО нами предлагается рейтинговая схема ее оценки, при которой

ранжирование для каждого из рассмотренных нами видов продукции производится по четырем показателям (темп роста производства, доля отрасли в ЮФО, коэффициент специализации, доля отрасли в АПК региона). При этом регион – лидер по каждому показателю получает 12 баллов (по числу рассматриваемых регионов), регион-аутсайдер – 1 балл, после чего баллы суммируются. Таким образом, показатель конкурентоспособности по каждому виду продукции может находиться в диапазоне от 4 до 48 баллов. В качестве примера приведем данные показатели по АПК Республики Адыгея (табл. 1).

Оценка конкурентоспособности отраслей АПК регионов ЮФО приведена в табл. 2.

Таблица 1

Показатели конкурентоспособности отраслей АПК Адыгеи

Регион	Темп роста (%)	Доля отрасли в ЮФО (%)	Коэффициент специализации*	Доля отрасли в АПК (%)
Зерновые	101,1	1,2	0,6	34,6
Подсолнечник	135,1	2,0	1,0	5,5
Картофель	113,5	1,8	0,9	0,1
Сахарная свекла	2700,0	0,0	0,0	0,7
Овощи	92,8	2,0	1,0	0,7
Мясо	114,8	2,9	1,4	27,4
Молоко	103,7	2,0	1,0	10,7
Яйца	112,5	0,6	0,3	1,8

Таблица 2

Оценка конкурентоспособности отраслей АПК регионов ЮФО

Регион	Зерновые	Подсолнечник	Картофель	Сахарная свекла	Овощи	Скот и птица	Молоко
Республика Адыгея	24	36	22	36	16	41	26
Республика Дагестан	11	14	22	–	23	22	28
Республика Ингушетия	29	12	18	32	7	14	14
Кабардино-Балкарская Республика	29	31	32	–	30	20	23
Республика Калмыкия	36	26	17	–	25	36	39
Карачаево-Черкесская Республика	24	25	30	38	25	23	36
Республика Северная Осетия-Алания	18	14	34	–	10	27	26
Краснодарский край	33	34	29	42	43	35	38
Ставропольский край	38	33	19	39	21	28	28
Астраханская область	6	-	34	-	44	16	14
Волгоградская область	28	40	36	32	36	30	19
Ростовская область	37	45	28	37	37	24	24

Ранжирование регионов ЮФО по средней конкурентоспособности отраслевых АПК показало, что Республика Адыгея занимает позиции в середине списка регионов ЮФО по степени конкурентоспособности ее АПК.

Агропромышленный комплекс – основа развития экономики Республики Адыгея, поэтому его стабилизация и оживление посредством выпуска конкурентоспособной продукции – одна из важнейших социально-экономических задач. Чтобы привлечь существенные инвестиции в экономику агропромышленного сектора республики и тем самым повысить его конкурентоспособность, необходимо прежде всего разработать долгосрочную стратегию социально-экономического развития каждого муниципального образования с тем, чтобы, выявив сильные стороны и потенциальные возможности муниципального образования, определить основные приоритеты всего агрокомплекса Адыгеи. Главными стратегическими целями в рамках реализации концепции устойчивого развития республики должны явиться:

1. Создание конкурентоспособного, эффективного агропродовольственного производства на основе применения высокоинтенсивных технологий, проведения широкомасштабной модернизации в сельском хозяйстве, пищевой и перерабатывающей промышленности.

2. Улучшение качества жизни на селе. Необходимо обустривать инженерную инфраструктуру села, строить объекты здравоохранения, образования, культуры.

3. Решение задач, связанных с поддержанием и воспроизводством природных ресурсов в республике, в том числе сельхозугодий, пашни, созданием продуктивных пастбищ, при этом пользователь должен отвечать за плодородие земли, ее рациональное использование, ландшафтное устройство.

Анализ конкурентоспособности агропромышленного комплекса Адыгеи свидетельствует о том, что сегодня формируются производства, способные на равных конкурировать с продукцией других российских производителей, кроме этого, часть производств обладает потенциалом роста своей

конкурентоспособности (производство мяса птицы ЗАО «Майкопский птицекомбинат», производство сыров ОАО «Молзавод «Гиатинский», ОАО «Тамбовский», производство растительного масла ООО «Мамруко»).

Повышение уровня конкурентоспособности предприятий АПК республики тесно связано с осуществлением ряда мероприятий:

- привлечение инвестиций, в том числе иностранных;
- техническое перевооружение производства и его модернизация;
- внедрение инновационных технологий;
- внедрение системы управления качеством;
- предоставление государственного (муниципального) заказа;
- сокращение налоговой нагрузки и упрощение отчетности;
- содействие в расширении доступа к финансово-кредитным ресурсам;
- субсидирование участия в общероссийских и международных выставках, предоставление бесплатной маркетинговой информации;
- внедрение новых видов продукции.

Республика Адыгея имеет ряд потенциально значимых конкурентных преимуществ, обусловленных ее природно-климатическими, географическими и ресурсными особенностями, реализация которых может обеспечить заметное ускорение развития АПК региона. В систематизированном виде эти преимущества можно представить следующим образом.

1. Наличие значительных запасов минерально-сырьевых ресурсов (кирпичных глин и суглинков, песчано-гравийных смесей, строительного гипса, строительных песков, высококачественных известняков), лесных ресурсов из ценных твердолиственных пород, водных ресурсов.

2. Выгодное экономико-географическое положение, связанное с соседством с крупным рынком, важнейшим сегментом которого являются г. Краснодар и Черноморская курортная зона.

3. Рекреационные и туристические ресурсы Адыгеи, насыщенность территории при-

родными объектами, являющимися ключевыми факторами превращения республики в рекреационно-оздоровительный центр.

4. Агропромышленный комплекс Республики Адыгея традиционно приоритетный сектор ее экономики, состояние которого во многом формирует конкурентные позиции республики.

5. Высококвалифицированные (при относительно низкой оплате труда) трудовые ресурсы.

Приведенные конкурентные преимущества являются в основном потенциальными. До настоящего времени их влияние на развитие Республики Адыгея оставалось недоста-

точным, что негативно сказывалось на конкурентных позициях региона.

В настоящее время в республике реализуются меры по созданию информационной инфраструктуры, формирующей у инвесторов адекватное представление об уровне развития бизнес-процессов и менеджмента в регионе, об инвестиционном климате, постоянно пополняются специализированные общедоступные базы данных, из которых можно получить всю необходимую для инвесторов информацию, а также каталог инвестиционных проектов.

Подытоживая вышесказанное, можно произвести SWOT-анализ конкурентоспособности АПК Республики Адыгея (табл. 3).

Таблица 3

SWOT-анализ конкурентоспособности АПК Республики Адыгея

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> – преодоление экономического спада и переход к этапу динамичного развития; – расширение емкости рынка продовольствия по мере роста производства и доходов населения; – взаимодополнение регионов ЮФО по природно-климатическим условиям, ресурсному потенциалу, транзитным возможностям; – наличие условий, позволяющих производить экологически чистую продовольственную продукцию 	<ul style="list-style-type: none"> – проблемы развития ресурсного потенциала АПК и сложное финансовое состояние сельских производителей; – неразвитость рыночной и производственной инфраструктур; – обострение социальных проблем в сельской местности; – недостаточность государственной поддержки аграрного производства
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> – формирование конкурентоспособного регионального кластера по производству продовольствия; – упрочение конкурентных позиций за счет перехода к инновационному типу развития АПК; – обеспечение устойчивого развития аграрного производства, исходя из собственных ресурсов; – выход на новые рынки с экологически чистой продукцией 	<ul style="list-style-type: none"> – усиление тенденций к свертыванию государственного регулирования и поддержки аграрной сферы экономики в связи с вступлением России в ВТО; – расширение экспансии производителей из других регионов и захват ими ключевых позиций на рынке; – ухудшение ресурсной базы сельского хозяйства; – негативные изменения социальной и демографической ситуации в сельской местности

Элементами стратегии социально-экономического развития республики является:

1) ликвидация негативных последствий воздействия Краснодарского водохранилища;

2) ускорение развития территорий Республики Адыгея, обладающих наибольшим потенциалом для развития, – «локомотивов» дальнейшего устойчивого развития Республики Адыгея;

3) успешная реализации административной реформы;

4) реализация национальных проектов, федеральных программ;

5) развитие межрегиональных связей и кооперации;

6) создание транспортных коридоров и логистического центра;

7) развитие туристско-рекреационной зоны;

8) повышение уровня и качества жизни населения.

Реализация стратегии будет проходить в три этапа. Первый (2006–2008 гг.) предполагает оптимизацию использования пакета ресурсов прошлого периода развития путем проведения активной структурной политики и завершение создания инфраструктуры для

развития туризма (ЛЭП и дороги) и продолжение курса на поддержание малого предпринимательства и ЛПХ.

Второй этап (2009–2010 гг.) предусматривает формирование региональных кластеров на основе туризма и АПК и улучшение конкурентоспособности РА в ЮФО.

На третьем этапе (до 2020 г.) произойдет завершение формирования кластеров; комплексное развитие туризма и АПК; встраивание в агропромышленный кластер других субъектов ЮФО; становление и развитие туристического бизнеса; создание транспортного узла и логистического центра.

Вышеназванные обстоятельства диктуют поиск новых форм и методов обеспечения конкурентоспособности АПК республики и ее субъектов на основе учета главных преимуществ республиканского аграрного сектора.

Исходя из проведенного нами анализа конкурентоспособности АПК Республики Адыгея, можно выделить следующие направления, на базе которых может развиваться региональный аграрный сектор:

- формирование регионального кластера по производству продовольствия;
- переход к инновационному типу развития АПК;
- обеспечение устойчивого развития аграрного производства, исходя из собственных ресурсов;
- развитие производства экологически чистой продукции.

Учитывая опыт экологизации сельскохозяйственного производства в зарубежных

странах, некоторые хозяйства Адыгеи уже начали вести производство продукции альтернативным способом, т. е. со значительным сокращением или с полным отказом от средств химизации. В основу альтернативного производства этих хозяйств положены экологизированные системы севооборотов, система удобрений, включающая применение извести, природных фосфорных и калийных удобрений взамен химических и минеральных, а также органические (компосты и зеленые удобрения). Защита растений от вредителей, болезней, сорняков предусматривает использование механических, агротехнических мероприятий и применение биологических препаратов растительного и животного происхождения. Система обработки почвы является энергосберегающей, т. е. базируется на сочетании вспашки и поверхностных обработок с учетом требований культуры и местных условий с использованием комбинированных агрегатов.

Агроклиматические и экологические условия Адыгеи являются практически идеальной базой для развития органического производства.

Для внедрения органического производства важно оценить возможности хозяйств к переходу на альтернативные методы в конкретных экономических и почвенно-климатических условиях и способность его выполнять все необходимые правила и требования. Переход хозяйств на органическое производство осуществляется поэтапно (рис. 1).

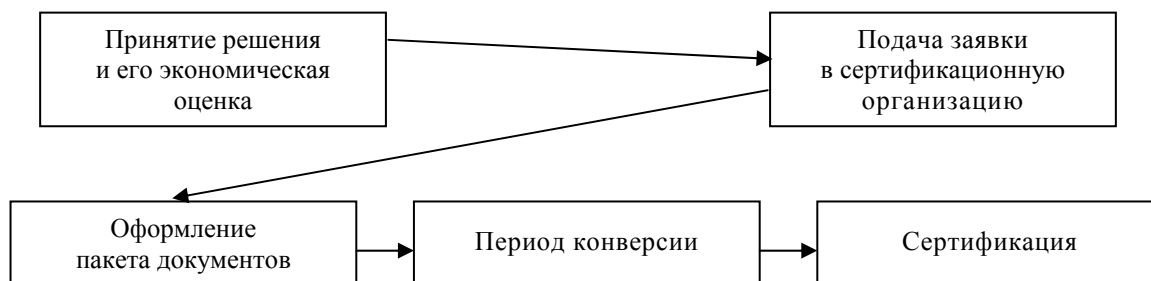


Рис. 1. Этапы перехода хозяйств Республики Адыгея на органическое производство

В этой связи сбытовая политика в отношении органических продуктов должна со-

ответствовать экологической концепции региона. Она зависит от внутренних и внешних

условий и возможностей функционирования предприятий, для ее разработки необходим их детальный анализ. Рынок предоставляет конкретному производителю разные возможности для сбыта и одновременно накладывает на его деятельность определенные ограничения. Производитель, заинтересованный в эффективности сбыта своей продукции, должен знать реальное положение дел на рынке и на этой основе принимать обоснованные решения по реализации товаров. Сбытовая политика строится на основе упорядоченного анализа потребностей и запросов, восприятий и предпочтений, свойственных потребителям продукции.

На начальном этапе прямая реализация является важнейшим путем сбыта органических продуктов. Данный вариант наиболее приемлем в следующих условиях:

- отсутствие возможности сбыта продукции через организованную торговлю;
- готовность потребителей приобретать продукцию в отдаленном месте;
- недостаточное количество товара, чтобы заполнить им торговые каналы.

Прямой сбыт создает доверие к органической продукции, привязывает покупателей к производителям региона. Однако значение прямого сбыта для различных органических продуктов варьируется. Для таких продуктов, как картофель, плоды, овощи и яйца, он является важнейшим путем сбыта. Зерновые, молоко и мясо сбываются в значительной степени через перерабатывающие предприятия. В развитых европейских странах объем прямого сбыта в общем обороте рынка органических продуктов составляет около 10–15%. Следует также отметить, что говорить о развитии прямого сбыта можно лишь на начальной стадии развития рынка органических продуктов, в дальнейшем он себя исчерпывает.

Многие задачи, связанные с реализацией продукции (сбор информации о рынке, доведение продукта до товарного вида, упаковка, транспортировка, сбыт и ведение переговоров с оптовиками, выполнение требований качества перерабатывающего предприятия, усиление влияния на рынке), могут быть для

небольших хозяйств трудновыполнимы в одиночку или требовать слишком высоких затрат. Эти задачи более профессионально и с меньшими затратами могут решаться объединениями производителей. Преимущества совместной реализации продукции заключаются в следующем:

- укрепляются позиции продавцов;
- создаются контролируемые товарные потоки, которые нигде не пересекаются;
- создаются хорошие предпосылки и открываются большие возможности для совместного маркетинга, ориентированного на покупателя.

С каждым годом все больший оборот набирает сбыт органических продуктов через операторов торговли традиционными продуктами питания. Интерес с их стороны является прекрасной возможностью для региональных производителей установить с ними эффективные и долгосрочные торговые отношения.

Среди приоритетных направлений сбыта экологических продуктов необходимо рассматривать также рынки полуфабрикатов. Чувствительность потребителей к ценам на этих рынках не так выражена, как в случае переработанных основных продуктов питания. Кроме того, разница в ценах между продуктами экологического и традиционного производства на этих рынках меньше, так как в обоих случаях затраты на переработку и добавленная стоимость являются более высокими.

Комплекс продвижения экологически чистой продукции состоит из традиционных элементов, но вместе с тем имеет ряд специфических особенностей. Основные задачи продвижения органической продукции состоят в следующем:

1. Всестороннее информирование потенциальных потребителей об экологических характеристиках продукта.
2. Формирование лояльности потребителей к органическим продуктам.
3. Создание экологического имиджа региона.

Важнейшей отличительной особенностью продвижения органических продуктов

от продвижения обычной продукции является демонстрация социальной и экологической ответственности производителей. Предлагая экологически чистую продукцию и делая в ее продвижении акцент на экологическое качество и безопасность, производители тем самым усиливают свою ответственность перед потребителем. Достоверность и добросовестность экологической информации, предоставляемой обществу и потребителю, являются неотъемлемой частью продвижения органических продуктов.

Рекламная информация традиционно подчеркивает сильные стороны органических продуктов. При этом реклама может касаться как изменения качеств самого продукта в сравнении с его прежним состоянием, так и сравнения с аналогичными продуктами конкурентов или самого предприятия. Грамотное рекламное обращение должно быть адресным и направлено как на экологически ориентированных потребителей, так и на тех, кто до сих пор не отдавал предпочтения органическим продуктам. Другой не менее важной особенностью продвижения является предоставление предприятием обществу достоверной и открытой региональной экологической информации, носящей косвенный рекламный характер.

Для динамичного развития органического производства, создания конкурентоспособных региональных торговых марок сертифицированных продуктов питания, успешного продвижения их на мировой рынок требуются скоординированные усилия по скорейшей подготовке и принятию комплекса нормативно-правовых документов и стандартов по экологии сельского хозяйства на основе обобщения опыта развитых стран, а также использование действующих международных правил и рекомендаций.

Для дальнейшего развития органического сельскохозяйственного производства необходима разработка программы его поддержки на региональном уровне. Данная программа, по нашему мнению, должна включать:

- 1) развитие производства биологических средств защиты растений и природных минеральных удобрений;
- 2) подготовку специалистов по органическому сельскому хозяйству через учебные программы в вузах и средних специальных учебных заведениях;
- 3) обмен опытом с зарубежными организациями органического сельского хозяйства;
- 4) разработку экономического механизма стимулирования производства органической продукции.

ПРИМЕЧАНИЕ

* Коэффициент специализации рассчитывается по формуле $K_c = \frac{Y_{PI}}{Y_{PH}}$, где Y_{PI} – удельный вес региона в производстве данного вида продукции; Y_{PH} – удельный вес региона в численности населения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Марченко Г. В. Инвестиционная привлекательность регионов как фактор их конкурентоспособности. URL: www.hse.ru/ic6/report05.doc.
2. Портер М. Конкуренция. М.: РИПОЛ, 2004.