

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный профессионально-педагогический
университет»
Институт гуманитарного и социально-экономического образования
Кафедра экономики

К защите допускаю:
Заведующий кафедрой экономики
_____ А.Г. Мокроносов
« ____ » _____ 2016г.

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

**Выпускная квалификационная работа
по направлению подготовки 38.03.01 Экономика
профиля подготовки «Экономика предприятий и организаций»
специализации «Агропромышленный комплекс»**

Идентификационный код ВКР 071

Исполнитель:
студент группы АПК-411 _____ А.О. Политова

Руководитель:
(д.э.н., профессор) _____ И.П. Чупина

Нормоконтролер:
(старший преподаватель) _____ А.А. Вершинин

Екатеринбург
2016

Оглавление

Введение.....	7
1. Теоретико-методические основы функционирования сельскохозяйственного предприятия	10
1.1 Особенности современного сельскохозяйственного производства ..	10
1.2 Факторы, влияющие на эффективность деятельности и конкурентоспособности сельскохозяйственного предприятия.....	18
1.3 Экономический анализ как инструмент управления эффективной финансово-хозяйственной деятельностью сельскохозяйственного предприятия	27
2. Оценка финансово-хозяйственной деятельности предприятия	34
2.1 Характеристика предприятия птицеводческой продукции	34
2.2 Оценка финансового состояния предприятия.....	38
3. Пути повышения конкурентоспособности предприятия	47
3.1 Общие пути повышения конкурентоспособности предприятия.....	47
3.2 Анализ конкурентоспособность предприятия	50
3.3 Анализ основных конкурентов предприятия	55
Заключение	60
Список литературы	63

Введение

Сельскохозяйственное производство является важнейшей экономической отраслью страны, без которой не может функционировать ни одно государство. Поэтому эффективная деятельность сельскохозяйственного предприятия необходима как потребителю, так и производителю.

Конкурентоспособность - это характеристика товара или услуги, отражающая его отличие от товара (услуги) - конкурента как по степени соответствия конкретной общественной потребности, так и по затратам на ее удовлетворение. Показатель, выражающий такое отличие, определяет конкурентоспособность анализируемого товара по отношению к товару - конкуренту. Базой оценки конкурентоспособности является исследование потребностей покупателя, требований рынка.

Конкурентоспособность любого товара может быть определена только в результате сравнения, и поэтому является относительным показателем. Она представляет собой характеристику товара, отражающую его отличие от товара - конкурента по степени удовлетворения конкурентной общественной потребности.

В условиях рыночной экономики предприятиям сельского хозяйства необходимо повышать как эффективность производства, так и конкурентоспособность, на основе внедрения достижений научно-технического прогресса, эффективных форм хозяйствования и управления производством, укрепления материально-технической базы, эффективного использования всех факторов производства.

Важная роль в реализации повышения конкурентоспособности отводится анализу конкурентов. С его помощью вырабатываются стратегия и тактика повышения конкурентоспособности, обосновываются планы и управленческие решения, производится контроль за их выполнением, способность оценить текущее состояние предприятия и составить прогноз

будущего, выявить резервы повышения эффективности производства и предприятия, оценить результаты деятельности предприятия.

Решение проблемы повышения конкурентоспособности предприятий предполагает выработку мер по достижению и поддержанию конкурентных преимуществ на рынке.

Актуальность темы исследования обусловлена тем фактом, что для того, чтобы обеспечивать существование предприятия в современных условиях, управленческому персоналу необходимо, прежде всего, уметь реально оценивать финансовое состояние, как своего предприятия, так и существующих потенциальных конкурентов.

В данной работе уделяется большое внимание финансово-хозяйственной деятельности предприятия производящего сельскохозяйственную продукцию, разработке путей повышения конкурентоспособности предприятия.

Цель выпускной квалификационной работы – исследовать возможности конкурентоспособности предприятия.

В соответствии с поставленной целью в работе решался комплекс следующих взаимосвязанных задач:

- 1) изучить теоретические положения, характеризующие сущность, специфику конкурентоспособности сельскохозяйственных предприятий;
- 2) провести финансовый анализ предприятия;
- 3) провести анализ внутренней, внешней среды предприятия и оценку конкурентоспособности предприятия ОАО «Птицефабрика «Рефтинская»;
- 4) разработать пути повышения конкурентоспособности предприятия.

Объектом исследования является деятельность птицеводческого комплекса (ОАО «Птицефабрика «Рефтинская»).

Предметом исследования является повышение конкурентоспособности предприятия.

Информационно-теоретической базой работы послужили разработки отечественных и зарубежных ученых в области конкурентоспособности. При

написании работы использовались учебные пособия и учебники по теории конкурентоспособности предприятия, анализу финансово-хозяйственной деятельности, периодические экономические издания, а также финансовая отчетность рассматриваемого предприятия за период 2013-2015 гг.

Основными методами исследования являются: сравнительный, факторный, функциональный и статистический анализ, экспертные оценки и наблюдения, экономическая интерпретация полученных результатов и др.

Практическая значимость исследования заключается в возможности использования выводов и рекомендаций работы в качестве теоретической основы эффективного управления предприятием.

Работа состоит из введения, трех взаимосвязанных глав, заключения, списка литературы и приложения. В первой главе рассмотрены теоретико-методические основы функционирования сельскохозяйственного предприятия. Во второй главе рассмотрена оценка финансово-хозяйственной деятельности предприятия. В третьей главе разработаны и определены пути повышения конкурентоспособности предприятия ОАО «Птицефабрика «Рефтинская».

1. Теоретико-методические основы функционирования сельскохозяйственного предприятия

1.1 Особенности современного сельскохозяйственного производства

Современное состояние сельского хозяйства России характеризуется следующими проблемами: недостаточной, по сравнению с трудовыми и природными ресурсами, материально-технической базой; устаревшим, давно не обновлявшимся машинно-тракторным парком, разрушающимися животноводческими помещениями, резким сокращением площади орошаемых земель; продолжающимся снижением качества земельных ресурсов; отсутствием социальной и производственной инфраструктуры, сопоставимой с городским уровнем; отсутствием последовательной системы государственной поддержки аграрного производства, которая характеризуется распыленностью, не прогнозируемостью, несвоевременностью, а также неритмичностью и неполнотой финансовых выплат, кредитов, дотаций и субсидий; недостаточным финансированием социальной сферы в сельской местности.

Однако нужно отметить и некоторые позитивные тенденции, которые формируются. Во-первых, это законодательные и иные условия осуществления хозяйственной свободы и инициативы, необходимые для сельскохозяйственного производства и агросферы в целом; во-вторых, сложился круг коллективных и крестьянских (фермерских) хозяйств эффективных производителей товарной сельскохозяйственной продукции; формируется сельский тип предпринимателя, что ускоряет проникновение в сельскую местность рыночных отношений и модернизирует повседневную жизнедеятельность сельского общества; начался процесс создания сельскохозяйственных потребительских кооперативов по совместному

снабжению фермеров, а также по хранению, переработке и реализации сельскохозяйственной продукции [4, С.96].

Но, несмотря на определенные позитивные изменения, в настоящее время социально-экономическая обстановка в сельском хозяйстве, остается по-прежнему сложной. Это выражается, прежде всего, в его экстенсивном, затратном, преимущественно неэффективном характере, в подчиненном положении сельского хозяйства другим отраслям экономики, в господстве административно-командных методов производства, распределения, обмена и потребления. Преодолеть кризисную ситуацию на селе позволит развитие рыночных отношений, формирование многоукладной экономики.

Нельзя полностью разрушать прежнюю агросистему и на ее руинах формировать крестьянские хозяйства. Полное уничтожение предыдущей системы и немедленное внедрение альтернативной приводит, как показала и практика сплошной коллективизации, к негативным последствиям. Пусть каждая форма хозяйствования раскрывает свои возможности, доказывает свои преимущества [20, С.36].

Сельскохозяйственная практика поставила ряд теоретических вопросов, которые не удастся решить применявшимися ранее методами. Переход к рынку происходит в условиях глубокого системного кризиса, что усиливает необходимость и усложняет задачу научного поиска возможных перспективных форм хозяйствования в аграрном секторе экономики.

Проблемы развития сельского хозяйства в рыночных условиях, функционирования новых форм хозяйствования отражены в многочисленных научных трудах отечественных и зарубежных экономистов-аграрников. Их исследования сформировали фундаментальные основы развития многоукладной экономики, организации и эффективной деятельности сельских хозяйств. Вместе с тем, многие актуальные для России и отдельных ее регионов аспекты этих исследований в современных условиях трансформации экономики требуют дальнейшего изучения. Представляется актуальным в теории и хозяйственной практике анализа финансовых условий

повышения рентабельности сельскохозяйственного производства, факторов повышения рентабельности, использование которых позволит аграрному сектору выйти из тупика и эффективно функционировать. Без устойчивого роста сельскохозяйственного производства невозможно создать рациональную структуру экономики. Только в этом случае можно иметь бездефицитный бюджет в стране, устойчивый рубль. В условиях кризиса производства продовольствия все устремились в сферу распределения, пытаясь выйти к равномерному потреблению, не думая о росте производства, повышении производительности труда. Поэтому темпы роста производства продовольствия будут первым и самым сложным барьером при переходе к рынку. Но, пока формы сельскохозяйственного производства строятся на основе "нерыночных" принципов, возникает опасность накопления диспропорций, требующих дальнейшего усиления вне рыночных инструментов регулирования и, в конечном счете, ведущих к дальнейшему отклонению от равновесия, что угрожает развитию аграрного сектора экономики в целом [21, С.152].

До недавнего времени большинство экономических исследований решало проблему эффективности сельскохозяйственного производства на базе существовавших ранее аграрных отношений, тормозивших инициативу, самостоятельность, предприимчивость непосредственного производителя. Ни выделяемые капитальные вложения, ни совершенная техника не повысят сами по себе эффективность производства продуктов питания, пока не будут существенно изменены экономические отношения на селе, пока не будет создан действенный финансовый механизм, направленный на повышение рентабельности сельскохозяйственного производства.

Как одна из отраслей экономики, сельское хозяйство подчиняется основным экономическим законам, то в сельском хозяйстве их проявление имеет свою специфику.

Особенности сельскохозяйственного производства состоят в следующем.

1) В отличие от промышленности, где земля выступает как место, на котором располагаются промышленные предприятия, в сельском хозяйстве земля является главным, незаменимым и вечным средством производства. Земля – это единственное средство производства, которое неподвластно разрушительному воздействию времени « время ничего не щадит и ухудшает все средства производства (за исключением земли)». При правильном использовании земля не изнашивается, а наоборот, улучшается.

2) В сельском хозяйстве экономические процессы воспроизводства постоянно переплетаются с естественными, природными процессами воспроизводства. В качестве средств производства выступают животные и растения.

3) Особенность сельского хозяйства состоит и в том, что в промышленности предметы труда перемещаются, а орудия труда – машины, двигатели – остаются на том месте, где они закреплены. В сельском хозяйстве (в земледелии) наоборот: машины передвигаются, а предметы труда – растения, находятся на одном месте.

4) Сельскохозяйственное производство рассредоточено (размещено) по территории страны на огромных площадях, в различных природно-климатических условиях, что не может не оказывать серьёзного влияния на конечные результаты производства, особенно на себестоимость производимой сельскохозяйственной продукции.

5) В сельском хозяйстве рабочий период не совпадает с периодом производства и состоит из двух частей (периодов): первая, когда процесс производства осуществляется под воздействием человека, вторая – когда он проходит под воздействием естественных факторов. Несовпадение рабочего периода и периода производства создает сезонный характер производственных процессов в растениеводстве (в большей мере) и животноводстве, которые оказывают отрицательное влияние на организацию и состояние экономики. Например, период производства для озимых культур может продолжаться от 250 до 300 дней, а рабочий период всего 6–10 дней.

Это обуславливает совершенно иной (в зависимости от промышленности) порядок формирования оборотного капитала и воспроизводства рабочей силы.

В связи с тем, что технологический процесс производства и реализации сельхозпродукции занимает очень длительный период (несколько месяцев), то излишек оборотных средств (капитал) не работает и не создает прибыль. Он просто бездействует.

В результате резко повышается роль и значение банковского кредита. Но поскольку кредит банка выдается под высокий процент и, как правило, на короткий период его пользования, то в этом случае возрастает роль государства, которое должно принимать активное участие в регулировании ставок банка для сельхозпредприятий.

6) Не менее значимой особенностью сельского хозяйства является воспроизводство рабочей силы. И в этом плане немаловажная роль должна быть отведена созданию нормальных социально-бытовых условий для сельского труженика. Дело в том, что условия производства в сельском хозяйстве несравненно отличаются от условий производства в промышленности, а социально-бытовые условия в большинстве своем не поддаются нормальному восприятию. Причем, во многих сельскохозяйственных предприятиях для населения не созданы условия, которые относятся к разряду социального и бытового назначения. Что же касается вопросов благоустройства в квартирах, то в большинстве случаев у селян его нет.

7) Созданная продукция в сельском хозяйстве частично используется в дальнейшем процессе воспроизводства в качестве семян (зерно, картофель, другая продукция), а также на корм скоту. Кроме того, поголовье животных идет на восстановление и расширение стада. В связи с этим не вся продукция, произведенная в сельском хозяйстве, переходит в денежную форму и может быть товарной, хотя для целей бухгалтерского учета, налогообложения, принятия управленческих решений это должно делаться.

8) Земледельческая (сельскохозяйственная) промышленность не выделяется в совершенно самостоятельные отрасли, а только специализируется в различных случаях на производстве различных видов продуктов, на которые в рыночных условиях имеется спрос.

9) Постоянный разрыв в потребности и использовании трудовых ресурсов в период между посевом, уходом за посевами (посадками) и уборкой способствует приостановке использования средств в производственном процессе, но они по-прежнему находятся в сельскохозяйственном производстве [20, С.215].

Воспроизводство – это постоянное возобновление рабочей силы, средств производства и природных ресурсов. Особенности воспроизводства в сельском хозяйстве состоят в том, что здесь решающее значение имеет воспроизводство таких составляющих природно-биологической системы, как земля, растения и животные. Для сельского хозяйства характерно и наличие двух видов воспроизводства – простое и сложное. При простом воспроизводстве размеры произведенного продукта и его качественные показатели, а также факторы производства остаются прежними (без изменений). Если это положение брать за истину, то в теоретическом плане весь прибавочный продукт используется сельхозтоваропроизводителем только для своего потребления. Это не совсем так. Год на год не похож, природно-климатические условия разные, так же как и приобретенный опыт и навыки. А главное состоит в том, что земля обладает уникальной способностью к возобновлению (восстановлению) своего плодородия. Поэтому правомерным, на наш взгляд, следует считать утверждение некоторых ученых об отнесении такого воспроизводства к простому воспроизводству только потому, что полученный прибавочный продукт направляется на цели личного потребления, серьезной ошибкой. Дело в том, что объем полученного прибавочного продукта не столько зависит от эффективности самого сельскохозяйственного производства и интенсивности труда каждого сельхозтоваропроизводителя, сколько от таких внешних

факторов, как климат, влага и качество земли – основного (главного) средства производства в сельском хозяйстве. При расширенном воспроизводстве объемы производимого продукта и факторы производства в каждом последующем производственном цикле имеют тенденцию к увеличению. В этом случае определенная часть прибавочного продукта должна в обязательном порядке использоваться для роста количественных и улучшения качественных характеристик средств труда и предметов труда [21, С.254].

Для осуществления расширенного воспроизводства в сельском хозяйстве используются экстенсивный и интенсивный методы. Экстенсивный метод. Этот метод расширенного воспроизводства связан всегда с количественным ростом средств труда. Что же касается сельского хозяйства, то это, прежде всего, расширение посевных площадей и увеличение поголовья сельскохозяйственных животных и птицы. Например, освоение огромных площадей целинных и залежных земель в пятидесятых годах прошлого столетия в СССР позволило добиться значительного роста объемов производства всех видов сельскохозяйственной продукции, особенно зерна, и успешно решить все имеющиеся в тот 24 период проблемы, связанные с производственным обеспечением населения страны. Интенсивный метод. Для этого метода расширенного воспроизводства характерным является, в первую очередь, улучшение количественных и качественных показателей продукции сельскохозяйственного производства. Одним из направлений использования интенсивного метода расширенного воспроизводства в сельском хозяйстве является повышение урожайности сельскохозяйственных культур в отрасли растениеводства и рост продуктивности всех видов скота – в животноводстве [21, С.201]. Однако главной особенностью в сельском хозяйстве является еще и наличие в отрасли дифференциальной ренты. Что это такое? Прежде всего, дифференциальная рента – это избыточная (добавочная) прибыль, которая получается при условии, когда индивидуальная цена производства

сельскохозяйственной продукции ниже общественной. Дифференциальная рента 1 - это дополнительная прибыль, которая получается вследствие дифференциации (различия) земельных участков по плодородию или по местоположению (на средних и лучших участках). Например, плодородие одинаковых участков по площади в сельхозпредприятиях Краснодарского края и Омской или Курганской областей. Обычно считается, что дифференциальная рента 1 имеет место только в сельском хозяйстве. В целом, да. Но и в некоторых отраслях промышленности нечто подобное есть. Так, если комбинат по переработке железной руды находится ближе к месторождению, чем другие перерабатывающие предприятия, то экономический эффект будет выше, так как «плечо» переброски сырья будет менее затратным по сравнению с другими более отдаленными предприятиями. Дифференциальная рента 2 - это дополнительная прибыль, которая возникает в результате дополнительных капитальных вложений в отрасли сельскохозяйственного производства. В сельском хозяйстве может быть также абсолютная или монополярная прибыль. Это дополнительная прибыль, которая возникает по причине того, что сельскохозяйственное предприятие расположено в очень хороших природных условиях (молочные фермы рядом с маслозаводами, откормочные площадки для крупного рогатого скота, свинокомплексы и свинофермы недалеко от мясокомбинатов, зерновые поля размещены в 15–20 км от элеваторов и хлебозаготовительных пунктов). Но абсолютная (монополярная) прибыль – это разновидность дифференциальной ренты 1. Различие лишь в том, что уровень цены на произведённую продукцию растениеводства и животноводства в конкретно взятом сельхозпредприятии ограничен только уровнем спроса и возможностями покупателей. Конкуренция в этом случае отсутствует (нет конкурента) [2, С.233]. А. Смит считал, что «рента, рассматриваемая как плата за пользование землей, естественно представляет собой наивысшую сумму, которую в состоянии уплачивать арендатор при данном качестве земли» [35, С.62].

Таким образом, перечисленные выше особенности сельскохозяйственного производства подтверждает, что сельское хозяйство серьезно отличается от других производств по целому ряду факторов, которые нельзя не учитывать при организации воспроизводственного процесса в сельскохозяйственных предприятиях различных организационно-правовых форм и хозяйствования в современных условиях рыночных отношений.

1.2 Факторы, влияющие на эффективность деятельности и конкурентоспособности сельскохозяйственного предприятия

Факторы, оказывающие влияние на эффективность сельского хозяйства, многочисленны и разнообразны. Одни из них зависят от деятельности коллективов сельскохозяйственных предприятий, другие связаны с технологией и организацией производства, использованием производственных ресурсов, внедрением достижений научно-технического прогресса.

Нередко вместо понятия «эффективность» применяются и другие термины: конкурентоспособность хозяйствующих субъектов и конкурентоспособность производимых ими видов продукции, рациональное использование ресурсов, рентабельность или прибыльность и другие. Все они, в конечном счете, подразумевают обеспечение расширенного воспроизводства на базе внутренних источников финансирования расширенного воспроизводства основных и оборотных средств [22, С.124].

Факторы повышения эффективности сельскохозяйственного производства можно разделить на две группы. Одни ученые-аграрники называют эти группы факторов макроэкономическими и микроэкономическими, другие ученые все факторы делят на внешние и внутренние (внутрихозяйственные). По мнению д. э. н. профессора И. А.

Минакова, к внешним условиям, повышающим эффективность сельскохозяйственного производства и независимым от хозяйственной деятельности организаций, можно отнести процессы налогообложения, кредитования, ценообразования, а также процесс инфляции, аграрное законодательство, предоставление мер господдержки по дотированию, компенсаций и др. Продуктивность животных, урожайность сельскохозяйственных культур, себестоимость продукции, технологию и организацию производства и т.д. можно отнести к внутренним факторам.

Доктор экономических наук, профессор А. Э. Сагайдак предлагает следующую группировку. К макроэкономическим факторам, т.е. условиям, влияющим на повышение эффективности сельскохозяйственного производства на народнохозяйственном уровне, относятся:

1) принятие закона о развитии сельскохозяйственного производства, который бы определял условия функционирования отрасли на среднесрочный период (примерно на 5 лет);

2) формирование эффективной системы поддержки отечественных сельскохозяйственных товаропроизводителей, с тем чтобы повысить их конкурентоспособность как на внутреннем, так и на внешних рынках;

3) создание устойчивых возможностей для осуществления воспроизводственного процесса в сельском хозяйстве в масштабе страны.

При этом третий фактор включает в себя решение следующих проблем:

– создание научно обоснованной системы планирования и прогнозирования сельскохозяйственного производства;

– развитие региональных и продуктовых рынков продукции сельского хозяйства;

– формирование системы биржевой торговли сельскохозяйственной продукцией;

– повышение эквивалентности обмена между сельским хозяйством и ресурсопроизводящими отраслями АПК на основе преодоления диспаритета цен на промышленную и сельскохозяйственную продукцию;

- ликвидация монополизма предприятий I сферы АПК, производящих материально-технические ресурсы для сельского хозяйства;
- преодоление монополизма перерабатывающих предприятий, относящихся к III сфере АПК;
- совершенствование ценообразования на продукцию сельского хозяйства;
- развитие системы сельскохозяйственного кредита, в том числе под залог недвижимого имущества и продукции сельского хозяйства;
- создание эффективной системы лизинга сельскохозяйственной техники;
- совершенствование системы налогообложения в сельском хозяйстве;
- создание действенной системы страхования сельскохозяйственных производителей; – введение механизма защитных пошлин и тарифов для обеспечения защиты внутреннего продовольственного рынка;
- обеспечение комплексного подхода к развитию социальной инфраструктуры на селе, сельских местностей и территорий.

К микроэкономическим факторам повышения эффективности сельскохозяйственного производства относятся:

- повышение производительности труда на основе внедрения достижений научно-технического прогресса и передовых технологий;
- совершенствование системы организации и оплаты труда в сельскохозяйственных организациях и предприятиях;
- повышение эффективности использования ресурсного потенциала на основе рационального использования земельных, трудовых и материально-технических ресурсов;
- увеличение производства и улучшение качества сельскохозяйственной продукции исходя из необходимости удовлетворения рыночного спроса на нее;

- развитие межхозяйственной кооперации и агропромышленной интеграции;
- создание первичной базы переработки сельскохозяйственной продукции;
- развитие подсобных предприятий и промыслов [42].

Каждый из показателей деятельности коммерческой организации зависит от множества различных факторов, если детально изучать влияние факторов на величину экономического показателя, то будет получен наиболее точный результат анализа и оценка качества деятельности предприятия [29, С.138]. Следовательно, одним из важнейших методологических вопросов в анализе экономической деятельности, является исследование и измерение влияния различного рода факторов на значение исследуемых экономических показателей. Без всестороннего и глубокого анализа факторов невозможно прийти к обоснованному выводу о результативности деятельности, нельзя выявить резервы производства, а так же обосновать управленческие решения.

Сельское хозяйство Российской Федерации до настоящего времени, несмотря на предпринимаемые руководством страны меры по повышению его эффективности, находится в глубоком и затяжном системном кризисе. Сегодня поиск и реализация путей, методов и средств выхода из этого кризиса относится к числу главных задач. В данной связи назрела необходимость выработки на научной основе пути по преодолению этого кризиса, включая меры инновационной, инвестиционной политики, построение эффективного хозяйственного механизма АПК, базирующегося на оптимальном сочетании самоактивности рынка и государственного регулирования. При этом как данные меры, так и такой механизм должны быть ориентированы на обеспечение высокого уровня конкурентоспособности как сельскохозяйственных предприятий, так и выпускаемой ими продукции.

Значительное повышение социально-экономической эффективности сельского хозяйства предполагает развитие конкуренции и повышение конкурентоспособности отечественных предприятий, задействованных в аграрной сфере АПК. Кроме того, проблема конкурентоспособности агропродовольственного сектора обретает дополнительную остроту в связи с возможным присоединением России к ВТО [30, С.567].

Поскольку конкурентоспособность отражает практически все стороны экономики, определяет платежеспособность, финансовую устойчивость предприятия, его место на рынке, она должна быть поставлена в центр внимания, как ученых, так и хозяйственных руководителей [8, С.37].

Таким образом, проблеме повышения конкурентоспособности, формирования и реализации конкурентных преимуществ агропромышленного сектора, отраслей и предприятий присуща особая актуальность и в научном отношении, и в практике хозяйствования.

Вместе с тем, проблемы развития и повышения конкурентоспособности аграрного сектора агропромышленного комплекса, ее методологическое и практическое обеспечение требуют дальнейших исследований и научной разработки применительно к современным условиям, в частности:

1) разработка теоретическо-методологической концепции дальнейшего исследования конкурентоспособности в связи с разворачиванием мирового финансово-экономического кризиса системного порядка и альтернативами глобальной трансформации;

2) исследование современного состояния и основных направлений повышения эффективности и конкурентных преимуществ в современном российском АПК;

3) изучение факторов, влияющих на конкурентоспособность сельхозпроизводителей в разрезе микро-, мезо-, макроуровней;

4) определение современных и перспективных, прогнозируемых системообразующих условий повышения эффективности и

конкурентоспособности сельхозпредприятия, отрасли и в целом агропромышленного комплекса на основе инновационного развития;

5) конкретизация роли и функций государства в повышении конкурентоспособности аграрного сектора в системе АПК, в том числе на базе эффективного использования государственно-частного партнерства и другие [11, С.187].

Интерес к исследованию экономической категории конкурентоспособности начал усиливаться с началом рыночных реформ. В условиях современной экономики неизменно возрастает роль конкурентоспособности сельского хозяйства, приобретают все большую необходимость насыщение рынка сельскохозяйственными продуктами отечественного производства, улучшение их качества, расширение ассортимента. Когда речь идет о конкурентоспособности аграрного сектора, наиболее значительным является именно конкурентоспособность сельскохозяйственной продукции страны на внутреннем и мировом рынках, которая определяет способность страны реализовать свою продукцию как внутри, так и вне страны [18, С.77].

Понятия конкурентоспособности с точки зрения разных авторов представлены в табл. 1.

Таблица 1- «Конкурентоспособность» в трактовке разных авторов

Номер п/п	Автор	Определение
1	2	3
1	Блинов А.О., Захаров В.Я.[7]	Под конкурентоспособностью предприятия мы понимаем способность создавать такое превосходство над конкурентами, которое позволяет достичь поставленных целей
2	Дементьева А.В.[14]	Конкурентоспособность предприятия – это способность использовать свои сильные стороны и концентрировать свои усилия в той области производства товаров или услуг, где она может занять лидирующие позиции на внутреннем и внешнем рынках

1	2	3
3	Головачев А. С. [13]	Способность предприятия противостоять на рынке другим изготовителям аналогичной продукции (услуги) как по степени удовлетворения своими товарами конкретной общественной потребности, так и по эффективности производственной деятельности
4	Завьялов П.С.[17]	Конкурентоспособность предприятия – это возможность эффективной хозяйственной деятельности и ее практической прибыльной реализации в условиях конкурентного рынка
5	Конно Т.[10]	Конкурентоспособность предприятия – совокупность характеристик, включающих захваченную предприятием долю рынка, способность предприятия к производству, сбыту и развитию, способность высшего звена руководства к реализации поставленной цели
6	Маракулин М.В.[16]	Конкурентоспособность компании – способность компании работать в динамичной конкурентной среде при удержании имеющихся конкурентных преимуществ, как минимум, в неизменном виде (лучше– с положительной динамикой)
7	Петров В.[18]	Конкурентоспособность – это внутреннее свойство субъекта рыночных отношений, выявляемое в процессе конкуренции и позволяющее занять свою нишу в рыночном хозяйстве капиталистического типа для расширения воспроизводства, что предполагает покрытие всех издержек производства и получение прибыли от легальной хозяйственной деятельности
8	Сергеев И.В.[20]	Под конкурентоспособностью предприятия понимается способность предприятия производить конкурентоспособную продукцию за счет его умения эффективно использовать финансовый, производственный и трудовой потенциал
9	Фигурнов Э.Б., Донец Ю.Ю.[21]	Конкурентоспособность предприятия – эффективность использования его производственного потенциала (способность наращивать конкурентоспособность изготавливаемой продукции в более быстром темпе, чем потенциал конкурента)
10	Яшин Н.С.[24]	Конкурентоспособность предприятия – это возможность и динамика приспособления его к условиям рыночной конкуренции

Рассматривая конкурентоспособность как важнейший фактор реализации продукции в условиях притока товаров извне, можно выделить четыре уровня конкурентоспособности сельского хозяйства:

- 1) конкурентоспособность самой сельскохозяйственной продукции;
- 2) конкурентоспособность предприятия;
- 3) конкурентоспособность всего агропромышленного комплекса;
- 4) конкурентоспособность страны.

Конкурентоспособность продукции – это уровень ее экономических показателей и потребительских свойств, позволяющий выдержать соперничество с другими аналогичными товарами на рынке. Цена и качество на сельскохозяйственную продукцию, а также их оптимальное соотношение являются главными критериями, определяющими конкурентоспособность продукции отрасли. Сельхозпроизводители в борьбе за повышение своей конкурентоспособности уделяют наибольшее внимание качеству выпускаемой продукции – это заметный элемент «неценовой конкуренции», которая в свою очередь важнее «ценовой» [14, С.220].

Конкурентоспособность предприятия – это реальная и потенциальная способность предприятия проектировать, изготавливать и сбывать в конкретных условиях товары, которые по ценовым и неценовым характеристикам в комплексе более привлекательны для потребителей, чем товары конкурентов.

Конкурентоспособность сельскохозяйственных предприятий, определяемая множеством внутренних и внешних факторов, и должна рассматриваться как комплексный показатель эффективности всего воспроизводственного процесса. Конкурентоспособность предприятий аграрного сектора, помимо ее формирования в результате воздействия социально-экономических факторов, определяется действием специфических факторов, которые концентрируются вокруг взаимопереплетения государственной поддержки сельскохозяйственного производства, его сильной зависимости от природно-климатических условий, ключевой роли его продукции для обеспечения жизнедеятельности населения. Поиск путей, методов, форм и механизмов повышения конкурентоспособности сельскохозяйственных предприятий необходимо осуществлять с учетом взаимопереплетения и взаимодействия социально-экономических и специфических факторов ее обеспечения, причем в современных и тем более перспективных условиях хозяйствования это взаимопереплетение должно

осуществляться вокруг стержня инновационного пути развития на базе научно-технического прогресса [16, С.264].

В соответствии с рис. 1 факторы, влияющие на конкурентоспособность сельскохозяйственных предприятий, можно разделить на внешние и внутренние

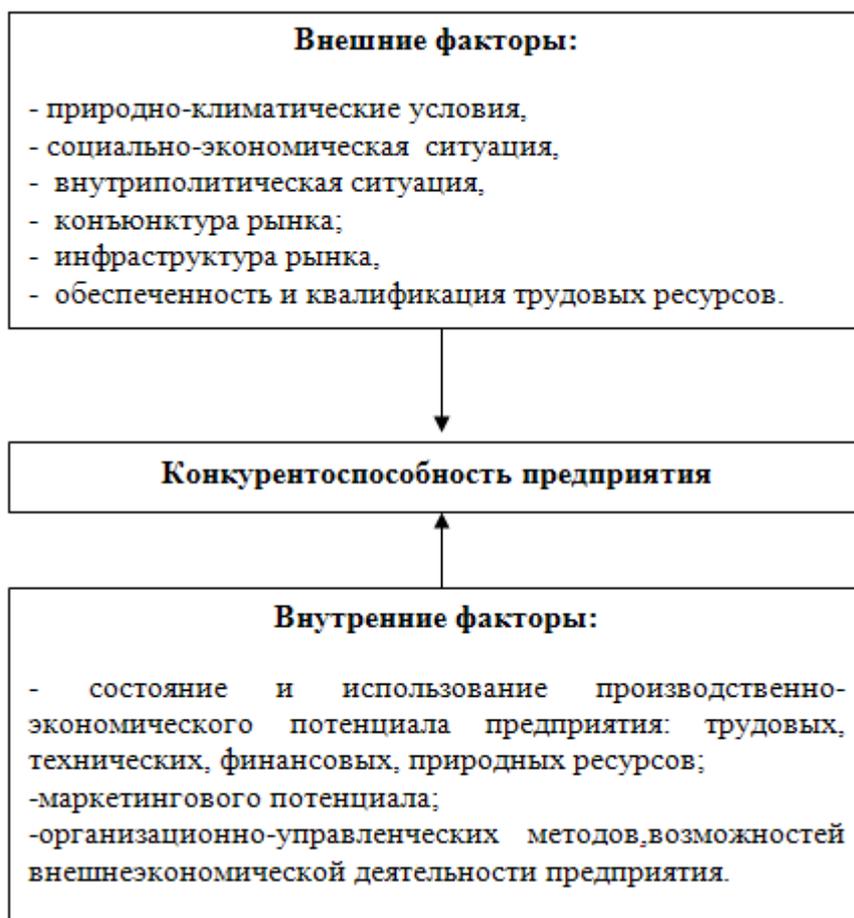


Рис. 1 - Факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятия
АПК

Сельскохозяйственному предприятию важно не только добиться конкурентоспособности своей продукции на рынке, но и удержаться на нем в течение максимально возможного времени. Для этого необходим постоянный поиск путей совершенствования продукции, технологии производства, стремление внести новшество в изделие, опережая своих конкурентов [21, С.96]. Конкурентоспособность отрасли сельского хозяйства

во многом определяется традициями развития производства продукции, а также накоплением технологий, обеспечивающих высокое качество и низкие издержки. Конкуренция между аграрными предприятиями, функционирующими в стране, является одним из факторов поддерживающих конкурентоспособность данной отрасли. Если конкурентоспособность сельхозпродукции и конкурентоспособность агропредприятий имеют значение для борьбы за внутренний рынок, то конкурентоспособность всего агропромышленного комплекса – это фактор, определяющий успех на мировом рынке [6, С.135].

Таким образом, большое значение для конкурентоспособности всей продукции, всех предприятий, всех отраслей на мировом рынке имеет огромное значение национальная конкурентоспособность, конкурентоспособность страны.

Главной задачей государства должно стать создание условий, при которых предприятия имели бы возможность и стимулы постоянного совершенствования производства.

1.3 Экономический анализ как инструмент управления эффективной финансово-хозяйственной деятельностью сельскохозяйственного предприятия

Экономический анализ является важной составной частью экономических и финансовых наук, составляющих теоретическую основу экономической работы в организации. Он имеет свой предмет и объект исследования.

Предмет экономического анализа – это совокупность анализируемых экономических процессов, причинно-следственных связей и методов их исследования. Он включает: экономические процессы, происходящие в результате хозяйственной деятельности организации; познание причинно-

следственных связей в хозяйственной деятельности организации; классификацию, систематизацию, моделирование, измерение причинно-следственных связей, складывающихся под влиянием различных объективных и субъективных факторов и получающих отражение в системе экономической информации.

Объектами анализа являются основные экономические результаты хозяйственной деятельности: производство и реализация продукции; себестоимость продукции; использование материальных, трудовых и финансовых ресурсов; финансовые результаты производства; финансовое состояние организации.

Система управления любой организацией включает разнообразные взаимосвязанные элементы, среди которых можно выделить следующие блоки, связанные с экономическим анализом.

Планирование определяет направления и содержание деятельности организации; учет обеспечивает сбор, систематизацию и обобщение данных, необходимых для управления. В ходе анализа проводится первичная обработка экономических данных, что позволяет принять необходимые решения. Это определяет место экономического анализа в управленческом процессе [45].

Экономический анализ — это способ познания хозяйственных процессов хозяйствующего субъекта, основанный на разложении целого на составные элементы с целью изучения последних в их взаимосвязи и взаимозависимости путем синтеза, т. е. объединении выделенных ранее частей объекта. Экономический анализ состоит из следующих задач.

Первая задача – повышение обоснованности плановых решений по количеству, структуре и качеству выпускаемой продукции (выполнения работ и оказания услуг) с точки зрения выявления и удовлетворения спроса, бесперебойности, ритмичности производственных процессов, а также контроля и всесторонней оценки результатов исполнения планов.

Продолжая и завершая контрольные функции учета, используя данные бухгалтерского и статистического учета, материалы других источников, экономический анализ характеризует выполнение заказов и планов, как в текущем периоде, так и по завершении отчетного периода, выявляет отклонения от плановых предположений, их причины и следствия.

В организации при оценке выполнения плана основное внимание обращается на объем оптовой и розничной продаж, ассортиментную структуру, рациональное соотношение запасов, поступление и выбытие материальных ценностей. Очень важно, чтобы анализ осуществлялся оперативно, в ходе выполнения плановых заданий. Только в этих условиях можно в текущем порядке выявить и устранить отрицательные моменты в работе организации. Анализ по истечении отчетного периода имеет большое значение в плане констатации фактов для дальнейших оценок деятельности организации на перспективу.

Вторая задача - оценка использования организациями своих материальных, трудовых и финансовых ресурсов. Наиболее рациональное и эффективное использование ресурсов - важнейшая экономическая задача.

На основе экономического анализа дается оценка эффективности использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов. В промышленности, например, в этом плане исследуются эффективность использования средств и предметов труда, зданий и сооружений, технологического оборудования, инструментов, сырья и материалов; эффективность живого труда (по численности и профессиональному составу работников, по основному, вспомогательному, обслуживающему и управленческому персоналу, по производительности труда и т.д.); эффективность использования финансовых ресурсов (собственных и заемных, основных и оборотных).

Третья задача - оценка финансовых результатов деятельности организаций, соизмерение доходов и расходов.

При оценке финансовых результатов деятельности организаций используются в органической увязке количественные и качественные показатели. Так, размер прибыли организации в промышленной сфере определяется не только количеством и ассортиментом выпускаемых изделий, но и их себестоимостью. Прибыль организации зависит как от выполнения плана продаж (по объему и структуре), так и от фактически сложившейся структуры затрат, от соблюдения режима экономии, рационального использования трудовых, материальных и финансовых ресурсов.

Правильная оценка соблюдения принципов коммерческого расчета и финансовых результатов требует подразделения факторов, оказавших влияние на исследуемые показатели, на зависящие и независящие от организации. Если произошло, например, изменение цен (что от организации, как правило, не зависит), то соответственно изменяются и финансовые результаты.

Четвертая задача — выявление неиспользованных резервов.

Экономический анализ (с его подчас довольно сложными и трудоемкими расчетами) оправдывает себя, в конечном счете, тогда, когда он приносит обществу реальную пользу. Полезность экономического анализа заключается главным образом в изыскании резервов и упущенных возможностей на всех участках планирования и руководства организацией. Изыскание внутренних резервов приобретает в настоящее время огромное значение.

Выявление резервов в процессе экономического анализа происходит путем критической оценки принятых планов, сравнительного изучения выполнения планов различными подразделениями организации, однородными организациями данной системы, родственными организациями различных систем путем изучения и использования передового опыта внутри страны и за рубежом.

Для обеспечения выполнения поставленных задач анализ должен быть объективным, конкретным, проводиться систематически, в определенное

время. Требование объективности является одним из основных, так как при оценке фактического положения дел в анализируемом хозяйстве необходимо полное соответствие показателей анализа реальной действительности. Как отдельные показатели, так и выводы и предложения по результатам анализа должны быть не общими, а конкретными. Чем меньше разрыв между исследуемым периодом и временем проведения анализа, тем больше возможностей воздействия на ход производственных процессов. Поэтому необходимо соблюдать требования о своевременности проведения анализа

Предметом экономического анализа сельскохозяйственных предприятий является их хозяйственная деятельность, отражаемая в показателях плана, учета, отчетности и других источниках информации. Деятельность предприятий многогранна. Разнообразие хозяйственных функций обуславливает наличие множества объектов экономического анализа. Объектами анализа являются отдельные хозяйственные процессы, стороны производственно-финансовой деятельности сельскохозяйственных предприятий и их структурных подразделений (отделений, цехов, бригад, ферм, отрядов звеньев и т. д.). Экономический анализ базируется на следующих основных принципах: учет всех условий и факторов, оказывающих влияние на производство; системность; объективность; комплексность; оперативность и гласность [18, С.64].

Экономический анализ не должен сводиться только к «фотографированию» фактов, а быть активным средством выявления недостатков и неиспользуемых резервов производства, способствовать устранению «узких» мест.

Экономический анализ представляет собой набор применяемых аналитических инструментов и методов к показателям различных экономических и финансовых документов для выявления существенных связей и характеристик и преобразования данных в информацию.

В результате экономического анализа повышается обоснованность составления бизнес-планов и нормативов, определяется экономическая

эффективность использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов, выявляются и измеряются внутренние резервы, осуществляется контроль выполнения и оптимизация хозяйственных решений.

Оперативный анализ играет ведущую роль при проверке исполнения принятых решений. Внедрение управленческого учета, действенного коммерческого расчета, соблюдение режима экономии требуют повседневного анализа затрат по статьям и элементам, непроизводительных расходов и потерь. Принятие тактических управленческих решений делает необходимым постоянный анализ различных вариантов экономических параметров [31, С.368].

Анализ используется как инструмент предварительного прогноза при оценке инвестиционных проектов. Выбор наилучшего варианта хозяйственного развития неразрывно связан с текущим и прогнозным экономическим анализом и основывается на экономико-математическом моделировании, системном анализе эффективности.

Без анализа влияния на экономику предприятия внешней и внутренней среды, состояния рынка, покупателей и потребителей продукции, конкурентной обстановки, рыночных цен, конечных финансовых результатов невозможны разработка маркетинговых программ и контроль за их исполнением.

Экономический анализ — важный элемент в системе управления финансами для прогнозирования финансовых условий и результатов, оценки финансового состояния предприятия, эффективности функционирования его финансовой системы, которая представляет собой совокупность финансовых отношений организации [27, С.259].

Таким образом, экономический анализ хозяйственной деятельности является одним из важных слагаемых в системе управления производством, действенным средством выявления внутрихозяйственных резервов, основой разработки научно обоснованных планов-прогнозов и управленческих

решений и контроля за их выполнением с целью повышения эффективности функционирования предприятия.

1) Экономический анализ — часть системы управления организацией, включающей помимо анализа планирование, учет и контроль.

2) Экономический анализ — это способ познания хозяйственных процессов хозяйствующего субъекта, основанный на разложении целого на составные элементы с целью изучения последних в их взаимосвязи и взаимозависимости путем синтеза, т. е. на объединении выделенных ранее частей объекта.

3) Результаты экономического анализа используются для контроля за исполнением принятых решений, при составлении бизнес-плана, управлении инвестиционными проектами и маркетинговыми программами.

4) Результатом движения денежных средств в процессе хозяйственной деятельности фирмы являются финансовые отношения на уровне организации.

5) Методы финансового анализа для принятия решений по оптимизации включают анализ финансовых результатов деятельности организации; анализ финансового состояния организации; анализ эффективности финансово-хозяйственной деятельности организации [27, С.364].

Таким образом, экономический анализ хозяйственной деятельности как наука представляет собой систему специальных знаний, связанных с исследованием тенденций хозяйственного развития, научным обоснованием планов, управленческих решений, контролем за их выполнением, измерением степени влияния факторов и предпринимательских рисков, оценкой достигнутых результатов, поиском, измерением и обоснованием величины хозяйственных резервов повышения эффективности финансово-хозяйственной деятельности и разработкой программы мероприятий по их использованию.

2. Оценка финансово-хозяйственной деятельности предприятия

2.1 Характеристика предприятия птицеводческой продукции

ОАО «Птицефабрика «Рефтинская» крупнейшее птицеводческое предприятие на Среднем Урале, основанное в 1981 году. Организационная структура предприятия представлена в приложении 1.

Тогда, при разработке проекта птицефабрики «Рефтинская» был проанализирован опыт проектирования и строительства крупных птицефабрик страны и заложены самые прогрессивные технологии содержания птицы и переработки мяса. Птицефабрика стала уникальным государственным предприятием, которое расположилось на юго-западе Свердловской области, в тайге, где чистый воздух и вдали от крупных автомагистралей.

В 2011 году, прошла процедура акционирования, и «Птицефабрика «Рефтинская» стала ОАО. Генеральным директором является Топорков Николай Васильевич.

В 2014 году ОАО «Птицефабрика «Рефтинская» включена в список стратегических предприятий Свердловской области, которые не подлежат приватизации. В этом списке оказались только те компании и организации, которые демонстрируют хорошие производственные показатели и обеспечивают продовольственную безопасность региона.

На предприятии внедрена программа управления предприятием или система менеджмента качества, которая направлена на непрерывное улучшение качества продукции и услуг. Данная система прошла тщательную проверку группой аудиторов международной компании SGS. Оценив ряд требований, подтверждающих степень соответствия и результативности системы менеджмента качества (ISO 9001: 2008) и системы менеджмента безопасности пищевых продуктов (ISO 22000:2005) эксперты-аудиторы установили, что компания внедрила и поддерживает систему управления

качеством в соответствии с требованиями данных стандартов. Высокий уровень автоматизации предприятия и достаточно обширный ассортимент производимой продукции также получили положительную оценку.

Высокое качество продукции подтверждено знаком «100 лучших товаров России», многочисленными дипломами и медалями всероссийских, межрегиональных и областных выставок и конкурсов. В частности, продукция предприятия в течение многих лет удостоивается высших наград на ежегодной Российской агропромышленной выставке «Золотая осень».

В ассортимент продукции птицефабрики входит более 400 наименований сырых и готовых изделий не только из мяса птицы, но и из свинины и говядины.

Полное фирменное наименование юридического лица – Открытое акционерное общество «Птицефабрика «Рефтинская».

Сокращенное фирменное наименование юридического лица – ОАО «Птицефабрика «Рефтинская».

Виды деятельности ОАО «Птицефабрика «Рефтинская»:

- 1) разведение сельскохозяйственной птицы;
- 2) производство мяса и мясопродуктов;
- 3) производство мяса сельскохозяйственной птицы;
- 4) производство продуктов из мяса и мяса птицы;
- 5) производство готовых и консервированных продуктов из мяса, мяса птицы, мясных субпродуктов;
- 6) производство прочих пищевых продуктов;
- 7) производство молочных продуктов;
- 8) оптовая торговля мясом, мясом птицы, продуктами и консервами из мяса и мяса птицы;
- 9) оптовая торговля молочными продуктами, яйцами, пищевыми маслами и жирами;
- 10) розничная торговля мясом, мясом птицы, продуктами и консервами из мяса и мяса птицы;

- 11) прочая розничная торговля пищевыми продуктами специализированных магазинах;
- 12) животноводство;
- 13) растениеводство;
- 14) выращивание зерновых, технических и прочих сельскохозяйственных структур;
- 15) выращивание кормовых культур, заготовка растительных кормов.

Объем выпущенной продукции в 2015 году составил 5999108 тыс. руб. По итогам четырех месяцев 2016 года на птицефабрике «Рефтинская» было произведено 23,552 тыс. тонн мяса птицы в живом весе. Этот показатель на 7% выше показателя 2015 года, когда за аналогичный период времени было произведено 22,105 тыс. тонн мяса птицы.

Птицефабрика имеет фирменные магазины, отделы и пункты выездной торговли в Асбесте, Екатеринбурге, Сысерти, Белоярском, Каменск-Уральском, Сухом Логу, Богдановиче, Рефтинском, Талице, Троицком, Малышева, Мартюше, Челябинске, Серове, Нижнем Тагиле, Ирбите, Красноармейском, Никольском.

ОАО «Птицефабрика «Рефтинская» успешно продолжает реализацию программы развития и модернизации, утвержденную губернатором и правительством Свердловской области. Продукция птицефабрики «Рефтинская» всегда пользуется спросом у покупателей и оправдывает их доверие.

Анализ финансового состояния позволяет прогнозирование возможных финансовых результатов. Основным источником информации для анализа является бухгалтерский баланс, отчет о финансовых результатах. Финансовое положение предприятия характеризуется экономическими показателями [31, С.24]. Основные показатели работы за исследуемый период представлены в табл. 2.

Таблица 2 - Основные показатели работы предприятия за 2013-2015 гг.

Наименование	2013	2014	2015
Выручка, в тыс. руб.	3836204	5245466	5999108
Полная себестоимость, в тыс. руб.	5238344	6944523	7693326
Прибыль от продаж, в тыс. руб.	(-65585)	66783	173862
Рентабельность продаж, в %	(-1,7)	1,27	2,9
Рентабельность продукции, в %	(-1,25)	1	2,25
Затраты на 1руб. проданной продукции, руб	1,36	1,32	1,28
Стоимость основных средств, в тыс. руб.	1954631	2382347	2294949
Фондоотдача, в %	196	220	261
Фондоемкость, в %	51	45	38
Фондовооруженность, в %	(-3,4)	2	7,6

Динамика основных показателей работы предприятия за исследуемый период представлена в табл. 3.

Таблица 3 - Динамика основных показателей работы предприятия за 2013 - 2015 гг.

Наименование	Абсолютное отклонение, в тыс. руб.		Относительное отклонение, в %	
	2013 к 2014	2014 к 2015	2013 к 2014	2014 к 2015
Выручка, в тыс. руб.	1409262	753642	1409262	753642
Полная себестоимость, в тыс. руб.	1706179	748803	1706179	748803
Прибыль от продаж, в тыс. руб.	132368	107079	132368	107079
Рентабельность продаж, в %	2,97	1,63	2,97	1,63
Рентабельность продукции, в %	2,25	1,25	2,25	1,25
Затраты на 1руб. проданной продукции, руб	-0,04	-0,04	-0,04	-0,04
Стоимость основных средств, в тыс. руб.	427716	-87398	427716	-87398
Фондоотдача, в %	24	41	24	41
Фондоемкость, в %	-6	-7	-6	-7
Фондовооруженность, в %	5,4	5,6	5,4	5,6

Исходя из результатов таблицы 3 видно, что выручка увеличилась на 37%, или на 1409262 тыс. руб., в 2014 году и на 14%, или на 753642 тыс. руб., в 2015 году, полная себестоимость увеличилась на 33%, или на 1706179 тыс. руб. Это говорит о том, что предприятие стало выпускать больше продукции в 2015 году, в связи с этим, увеличилась полная себестоимость по сравнению с 2013 и 2014 годами. Прибыль от продаж увеличилась на 132368 тыс. руб.,

в 2014 году и на 107079 тыс. руб., затраты на 1 рубль проданной продукции сокращаются, стоимость основных средств увеличилась на 22%, или на 427716 тыс. руб., в 2014 году, а в 2015 году стоимость основных средств сократилась на 4% или на 87398 тыс. руб.

В целом по всем показателям прослеживается положительная динамика, что говорит об эффективной работе предприятия.

2.2 Оценка финансового состояния предприятия

Важным показателем, характеризующим работу предприятий, является себестоимость продукции. От ее уровня зависят финансовые результаты деятельности предприятия, а также его финансовое состояние. Анализ себестоимости продукции позволяет выявить корректирующие меры по снижению себестоимости продукции [25, С.140].

Таблица 4 - Динамика затрат на производство продукции за 2013-2014 гг.

Наименование	2013, в тыс. руб.	2014, в тыс. руб.	Абсолютное отклонение, в тыс. руб.	Относительное отклонение, в %
Себестоимость	3634478	4825491	1191013	133
Коммерческие расходы	267311	353172	85861	132
Управленческие расходы	1336555	1765860	429305	132
Итого (полная себестоимость)	5238344	6944523	1706179	133

Результаты анализа показали, что полная себестоимость увеличилась на 33 % в 2014 г. по отношению к 2013 г. или на 1706179 тыс. руб.

Если рассматривать структуру, то себестоимость увеличилась на 33% или на 1191013 тыс. руб.

Коммерческие расходы увеличились на 32% или на 85861 тыс. руб.

Таблица 5 - Динамика затрат на производство продукции за 2014-2015 гг.

Наименование	2014, в тыс. руб.	2015, в тыс. руб.	Абсолютное отклонение, в тыс. руб.	Относительное отклонение, в %
Себестоимость	4825491	5451630	626139	113
Коммерческие расходы	353172	373616	20444	106
Управленческие расходы	1765860	1868080	102220	106
Итого (полная себестоимость)	6944523	7693326	748803	111

Результаты анализа показали, что полная себестоимость увеличилась на 11 % в 2015 г. по отношению к 2014 г. или на 748803 тыс. руб.

Если рассматривать структуру, то себестоимость увеличилась на 13% или на 626139 тыс. руб.

Коммерческие расходы увеличились на 6 % или на 20444 тыс. руб.

Для оценки структуры затрат производства продукции за исследуемый период составлена табл. 6 и табл. 7.

Таблица 6 - Структура затрат производства продукции за 2013-2014 гг.

Наименование	2013	2014	Абсолютное отклонение	Относительное отклонение, в %
Себестоимость	0,69	0,69	0	100
Коммерческие расходы	0,05	0,05	0	100
Управленческие расходы	0,26	0,25	-0,01	96
Итого (полная себестоимость)	1	1 (0,99)	-0,01	99

В структуре затрат 2014 г. и 2013 г. снизилась доля управленческих расходов на 4%.

Прибыль предприятия получают главным образом от реализации продукции.

Таблица 7 - Структура затрат производства продукции за 2014-2015 гг.

Наименование	2014	2015	Абсолютное отклонение	Относительное отклонение, в %
Себестоимость	0,69	0,71	0,02	103
Коммерческие расходы	0,05	0,05	0	100
Управленческие расходы	0,25	0,24	-0,01	96
Итого (полная себестоимость)	1	1	0	100

В структуре затрат 2015г. и 2014г. снизилась доля управленческих расходов на 4%, увеличилась себестоимость продукции на 3%.

Только после продажи продукции чистый доход принимает форму прибыли. Количественно она представляет собой разность между чистой выручкой и полной себестоимостью реализованной продукции. Значит, чем больше предприятие реализует рентабельной продукции, тем больше получит прибыли, тем лучше его финансовое состояние [37].

Анализ динамики расходов предприятия за исследуемый период представлен в табл. 8 и табл. 9.

Таблица 8 - Анализ динамики доходов предприятия за 2013-2014 гг.

Наименование	2013, в тыс. руб.	2014, в тыс. руб.	Абсолютное отклонение, в тыс. руб.	Относительное отклонение, в %
Выручка	3836204	5245466	1409262	137
Проценты к получению	4149	5320	1171	128
Прочие доходы	271182	225678	-45504	83
Итого	4111535	5476464	1364929	133

Результаты анализа показали, что выручка в 2014г. увеличилась на 37%, или на 1409262 тыс. руб., по сравнению с 2013г., проценты к получению увеличились на 28%, или на 1171 тыс. руб., а прочие доходы сократились на 17%, или на 45504 тыс. руб.. По результатам таблицы доходы увеличились на 33% или на 1364929 тыс.руб.

Таблица 9 - Анализ динамики доходов предприятия за 2014-2015 гг.

Наименование	2014, в тыс. руб.	2015, в тыс. руб.	Абсолютное отклонение, в тыс. руб.	Относительное отклонение, в %
Выручка	5245466	5999108	753642	114
Проценты к получению	5320	6823	1503	128
Итого	5476464	6184709	708245	113

Результаты анализа показали, что выручка в 2015г. увеличилась на 14% по сравнению с 2014г., или на 753642 тыс.руб., проценты к получению увеличились на 28%, или на 1503 тыс. руб. По результатам таблицы доходы увеличились на 13%, или на 708245 тыс.руб.

Также стоит отметить об отрицательной динамике, в общем сокращается прирост доходов. В 2014 году прирост доходов был 33%, а в 2015 году составит всего 13%.

На основе отчета о финансовых результатах предприятия составлении анализ структуры доходов предприятия за 2013-2014 г. представлен в табл. 10 и табл. 11.

Таблица 10 - Анализ структуры доходов предприятия за 2013-2014 гг.

Наименование	2013	2014	Абсолютное отклонение	Относительное отклонение, в %
Выручка	0,93	0,95	0,02	102
Проценты к получению	0,001	0,001	0	100
Итого	0,991	0,991	0	100

В результате анализа структуры доходов можно сделать вывод, что доля выручки увеличилась на 2%. Остальные показатели остались не изменены за данный период.

Таблица 11 - Анализ структуры доходов предприятия за 2014-2015 гг.

Наименование	2014, в тыс. руб.	2015, в тыс. руб.	Абсолютное отклонение, в тыс. руб.	Относительное отклонение, в %
Выручка	0,95	0,97	0,02	102
Проценты к получению	0,001	0,001	0,0001	110
Итого	1	1	0	100

Таким образом, в 2015 году, по отношению к 2014 году, доля выручки увеличилась на 2%, увеличилась также доля процентов к получению.

Анализ доходов и расходов организации проводится по данным отчета о финансовых результатах. В нем содержится информация о всех видах доходов и расходов. Это позволяет каждому экономическому субъекту анализировать в динамике состав и структуру доходов и расходов, их изменение [3, С.165].

На основе отчета о финансовых результатах предприятия составлен анализ динамики расходов (табл. 12, табл. 13).

Таблица 12 - Анализ динамики расходов предприятия за 2013-2014 гг.

Наименование	2013, в тыс. руб.	2014, в тыс. руб.	Абсолютное отклонение, в тыс. руб.	Относительное отклонение, в %
Себестоимость	3634478	4825491	1191013	133
Коммерческие расходы	267311	353172	85861	132
Управленческие расходы	1336555	1765860	429305	132
Проценты к уплате	94035	159103	65068	169
Текущий налог на прибыль	301	504	203	167
Итого	5603862	7329808	1725946	131

В таблице 12 видно, что себестоимость продукции увеличилась на 33%, или на 1191013 тыс.руб., что может говорить о том, что увеличилась стоимость сырья.

Коммерческие расходы увеличились на 32%, или на 85861 тыс.руб.

Управленческие расходы увеличились на 32% или на 429305 тыс. руб.,
проценты к уплате увеличились на 69%, или на 65068 тыс. руб.

Текущий налог на прибыль стал больше на 67%, или на 203 тыс.руб.

Таблица 13 - Анализ динамики расходов предприятия за 2014-2015 гг.

Наименование	2015, в тыс. руб.	2014, в тыс. руб.	Абсолютное отклонение, в тыс. руб.	Относительное отклонение, в %
Себестоимость	5451630	4825491	626139	113
Коммерческие расходы	373616	353172	20444	106
Управленческие расходы	1868080	1765860	102220	106
Проценты к уплате	180126	159103	21023	113
Текущий налог на прибыль	1665	504	1161	330
Итого	8053895	7329808	724087	110

Объем реализации и величина прибыли, уровень рентабельности зависят от производственной, снабженческой, маркетинговой и финансовой деятельности предприятия, иначе говоря, эти показатели характеризуют все стороны хозяйствования [6, С.168].

Прибыль главным образом получают от реализации продукции. В табл. 14 рассматриваются виды прибыли, с точки зрения маркетинговой политики предприятия.

Таблица 14 - Виды прибыли в зависимости от маркетинговой политики
предприятия за 2013-2014 гг.

Наименование	2013, в тыс. руб.	2014, в тыс. руб.	Абсолютное отклонение, в тыс. руб.
Валовая прибыль	201726	419955	218229
Прибыль от продаж	(-65585)	66783	132368
Прибыль до налогообложения	41100	44589	3489
Чистая прибыль	40682	45827	5145

В 2013 году прибыль была отрицательная, в 2014 г. предприятие вышло на положительную прибыль.

Таблица 15 - Виды прибыли в зависимости от маркетинговой политики предприятия за 2014-2015 гг.

Наименование	2014, в тыс. руб.	2015, в тыс. руб.	Абсолютное отклонение, в тыс. руб.	Относительное отклонение, в %
Валовая прибыль	419955	547478	127523	130
Прибыль от продаж	66783	173862	107079	260
Прибыль до налогообложения	44589	70410	25821	158
Чистая прибыль	45827	69248	23421	151

В целом прослеживается положительная динамика, прибыль от продаж увеличилась на 160% или на 107079 тыс. руб.

Выручка от продажи — стоимость проданной продукции, оказанных услуг, выполненных работ с налогом на добавленную стоимость, акцизами и другими надбавками [36, С.56].

Анализ динамики выручки предприятия представлен в табл. 16, табл. 17.

Таблица 16 - Анализ динамики выручки предприятия за 2013-2014 гг.

Выручка	2013, в тыс. руб.	2014, в тыс. руб.	Абсолютное отклонение, в тыс. руб.	Относительное отклонение, в %
От продажи сельскохозяйственной продукции	3341579	4382493	1040914	131
От продажи промышленной продукции	262922	645153	382231	245
От продажи товаров	182849	186579	3730	102
От продажи работ и услуг	48854	31221	-17633	64

По результатам анализа было выявлено, что выручка от продажи сельскохозяйственной продукции увеличилась на 31% или на 1040914 тыс. руб., выручка от продажи промышленной продукции увеличилась на 145% или на 382231 тыс.руб., выручка от продажи товаров увеличилась на 2% или на 3730 тыс. руб., выручка от продажи работ и услуг сократилась на 36% или на 17633 тыс.руб.

Таблица 17 - Анализ динамики выручки предприятия за 2014-2015 гг.

Выручка	2014, в тыс. руб.	2015, в тыс. руб.	Абсолютное отклонение, в тыс. руб.	Относительное отклонение, в %
От продажи сельскохозяйственной продукции	4382493	5108263	725770	117
От продажи промышленной продукции	645153	686269	41116	106
От продажи товаров	186579	171625	-14954	92
От продажи работ и услуг	31221	32951	1730	106

В таблице 17 видно, что выручка от продажи товаров в 2015 году сократилась по сравнению с 2014 годом, остальные показатели увеличились.

Анализ динамики себестоимости продаж за исследуемый период представлен в табл. 18, табл. 19.

Таблица 18 - Анализ динамики себестоимости продаж за 2013-2014 г

Себестоимость	2013, в тыс. руб.	2014, в тыс. руб.	Абсолютное отклонение, в тыс. руб.	Относительное отклонение, в %
От продажи сельскохозяйственной продукции	3076898	4049693	972795	131
От продажи промышленной продукции	355405	588220	232815	165
От продажи товаров	146627	150467	3840	103
От продажи работ и услуг	55548	37111	-18437	67

Результаты анализа показали, что себестоимость от продажи сельскохозяйственной продукции увеличилась на 31% или на 972795 тыс. руб., себестоимость от продажи промышленной продукции увеличилась на 65%, или на 232815 тыс. руб., себестоимость продажи товаров увеличилась на 3%, или на 3840 тыс. руб., себестоимость от продажи работ и услуг снизилась на 33%, или на 18437 тыс.руб.

Таблица 19 - Анализ динамики себестоимости продаж за 2014-2015 гг.

Себестоимость	2014, в тыс. руб.	2015, в тыс. руб.	Абсолютное отклонение, в тыс. руб.	Относительное отклонение, в %
От продажи сельскохозяйственной продукции	4049639	4643287	593648	115
От продажи промышленной продукции	588220	632458	44238	108
От продажи товаров	150467	137084	-13383	91
От продажи работ и услуг	37111	38801	1690	105

В результате анализа видно, что в 2015 году, в сравнении с 2014 годом, сократилась себестоимость от продажи товаров на 9%, или на 13383 тыс. руб., также увеличилась себестоимость от продажи сельскохозяйственной продукции на 15%, или на 593648 тыс.руб., себестоимость от продажи промышленной продукции увеличилась на 8%, или на 44238 тыс. руб., а себестоимость от продажи работ и услуг увеличилась на 5%, или на 1690 тыс.руб.

3. Пути повышения конкурентоспособности предприятия

3.1 Общие пути повышения конкурентоспособности предприятия

Чтобы сегодня создать конкурентоспособное предприятие, надо не просто, модернизировать организацию и управление, но, и четко знать, для чего это делается, какая цель должна быть достигнута. Главное при этом – умение определить и быстро, эффективно использовать в конкурентной борьбе свои преимущества [39].

Все усилия в организации и управлении предприятием должны быть направлены на развитие тех его качеств или реализуемой им продукции, которые выгодно отличали бы фирму от потенциальных или реальных конкурентов. Недаром многие ведущие фирмы сформулировали свои сравнительные преимущества в виде лозунгов, правил, которым должны следовать все работники фирмы [36].

Повышение конкурентоспособности – верный шаг к успеху предприятия в сфере его деятельности.

Для оценки деятельности предприятия целесообразно проанализировать и оценить экономический потенциал, т.е. совокупность ресурсов, имеющихся в распоряжении предприятия и способности к использованию ресурсов с целью создания и реализации товаров и услуг, получения максимального дохода.

В соответствии с полученными результатами собственных оценок конкурентоспособности руководители предприятий могут выбирать действенные меры по улучшению работы по отдельным направлениям общей деятельности фирмы. К тому же, одним из главных направлений повышения конкурентоспособности предприятия будет стратегическое управление. Хотя, появившийся подход к обеспечению конкурентоспособности предприятий, основанный на стратегиях конкуренции, позволяет провести только общий анализ возможных конкурентных преимуществ предприятия, но не дает

точного количественного выражения результатов оценки - поэтому не может быть взят за основу современной системы обеспечения конкурентоспособности.

Ни одно предприятие не может достичь превосходства над конкурентами по всем экономическим характеристикам товара и средствам его продвижения на рынке [7, С.205].

Необходим выбор приоритетов и выработка стратегии, в наибольшей степени соответствующей тенденциям развития рыночной ситуации и наилучшим способом использующей сильные стороны деятельности предприятия.

В основе конкурентоспособности лежат конкурентные преимущества. Они возникают тогда и там, где развивается конкуренция. Чем более всеобъемлющий характер приобретает конкуренция на российском рынке, тем более значимыми для коммерческого успеха являются конкурентные преимущества. Их особенности и механизм формирования являются фундаментальной основой обеспечения конкурентоспособности [9, С.56].

Конкурентные преимущества являются концентрированным проявлением превосходства над конкурентами в экономической, технической, организационной сферах деятельности предприятия, и потому они носят относительный, а не абсолютный характер.

Оценить конкурентные преимущества фирмы можно через анализ экономических и финансовых показателей. В качестве таких показателей применяются: рентабельность продаж, капитала, активов, продукции, а также производительность труда, оборачиваемость капитала, ликвидность. Каждый показатель выполняет свою роль [48]. И к единому интегральному показателю их привести довольно трудно. Но по динамике данных коэффициентов можно судить о конкурентоспособности предприятия.

Безусловно, существуют общие методы повышения конкурентоспособности предприятия, однако пути повышения конкурентоспособности конкретной фирмы должны рассматриваться исходя

из сферы ее деятельности, вида предприятия, организационной структуры и других факторов.

В реальных же условиях повысить конкурентоспособность предприятия можно хорошо продуманной стратегией реализации следующих мероприятий:

- предоставление фирмой кредита покупателям;
- предоставление скидок с прейскурантных цен, скидок при возврате ранее приобретенного у фирмы товара, исчерпавшего свой ресурс;
- изыскание возможностей заключения товарообменных сделок;
- открытие представительств предприятия в других, более приближенных к потребителю районах.

Кроме того, благоприятное воздействие на репутацию предприятия окажет:

- демонстрация изделий фирмы на выставках и ярмарках;
- повышение эффективности рекламы;
- расширение объема предоставляемых услуг;
- увеличение сроков гарантийного ремонта и снижение стоимости послегарантийного обслуживания;
- предоставление потенциальным покупателям дополнительной информации о фирме, ассортименте ее продукции и сервисе.

Как уже отмечалось, реализация перечисленных мероприятий приведет к повышению конкурентоспособности предприятия, укреплению его позиций на рынке, расширению потребительской сети, увеличению объема продаж. И как следствие этого должно произойти увеличение прибыли, рентабельности, ликвидности и платежеспособности, одним словом, улучшение общей финансовой ситуации предприятия [43].

Для повышения конкурентоспособности предприятия необходимо обращать внимание на обдуманное, взвешенное и квалифицированное управление производством с учетом специфических условий переходного

периода, а также на разработку и реализацию внешней и внутренней конкурентоспособной политики предприятий.

3.2 Анализ конкурентоспособность предприятия

Мясное птицеводство Свердловской области в последние годы показывает уверенный ежегодный прирост производства продукции и является самой динамичной отраслью агропромышленного комплекса региона при наличии большого потенциала для увеличения спроса на продукцию из мяса птицы.

ОАО «Птицефабрика «Рефтинская» - крупное, динамично развивающееся предприятий агропромышленного комплекса Свердловской области, где сосредоточен полный технологический цикл производства мяса от производства племенного яйца до выпуска и реализации готовой продукции из мяса птицы. Ассортимент продукции составляет более 400 наименований, в том числе, замороженная, охлажденная и готовая продукция. К отличительным свойствам продукции относятся - абсолютная свежесть, экологическая чистота, сочность и гарантированное качество.

ОАО «Птицефабрика «Рефтинская» вошла в список лидеров отечественного рынка мяса птицы, составленный известной маркетинговой компанией Euroreserch & Consulting на основании результатов исследования «Рынок мяса птицы в 2012 -2013 годах: тенденции и перспективы».

На предприятии работает около 2,6 тыс. человек. Около трети работников имеют высшее образование, а средний возраст сотрудников составляет 39 лет.

Для того, чтобы оценить основные направления повышения конкурентоспособности предприятий на рынке мяса птицы региона, сравним преимущества и недостатки сложившейся стратегии продвижения продукции на рынке ОАО «Птицефабрика «Рефтинская» и каждого из ее основных

конкурентов [40]. В табл. 20 представлен SWOT АНАЛИЗ предприятия.

Таблица 20 - SWOT АНАЛИЗ предприятия

<p><i>Сильные стороны:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> -Наличие резервов для увеличения производства. - Наличие передовой технологии выращивания бройлеров - Широкий ассортимент продукции - Современное оборудование - Доверие покупателя -Внедрение системы менеджмента и качества -Известность торговой марки - Прибыльность отрасли - Высокое качество продукции - Увеличение объема валовой продукции 	<p><i>Слабые стороны:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> -Большая кредиторская задолженность (в связи с проведением сомнительных сделок, сразу после акционирования предприятия) -Высокий износ техники и оборудования -Отсутствие гибкой ценовой политики - Высокая себестоимость продукции, соответственно высокая цена на готовую продукцию, в сравнении с конкурентами
<p><i>Возможности:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Расширение рынка сбыта (за счет использования слабых позиций конкурентов) -Появление новых технологий производства в отрасли - Привлечение заемных средств. - Закупка нового оборудования. - Увеличение объемов реализации мяса 	<p><i>Угрозы:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Увеличение цен на корма и кормовые добавки - Рост курса иностранных валют (в отношении закупки импортного оборудования) - Высокие процентные ставки по кредиту. -Снижение покупательской способности - Инфляционные процессы. -Сбои в поставках продукции - Выход на продовольственный рынок новых производителей аналогичной или сходной по потребительским свойствам продукции

На основе приведенного выше анализа можно сделать выводы о потенциале развития предприятия кроющегося в устранении слабых сторон, умелом использовании возможностей и учете угроз. Предприятие имеет ряд сильных сторон, выгодно отличающих от конкурентов. Самые главные из них:

- наличие резервов для увеличения производства;
- доверие покупателя, полученное благодаря качеству продукции;
- наличие передовой технологии выращивания бройлеров;
- высокое качество продукции.

Также предприятие обладает набором возможностей, которые могут способствовать укреплению позиции предприятия на рынке: расширение

рынка сбыта, увеличение объемов производства. Слабые стороны - необходимо правильно разработать инвестиционную и инновационную политики, систему маркетинга для улучшения связей с потребителем, увеличения возможностей организации для расширения производства. Угрозы имеют преимущественно внешний характер, предприятие не может оказать существенного влияния. Поэтому надо разработать альтернативные варианты действий на случай усиления влияния какого-либо негативного внешнего фактора – поиск альтернативных поставщиков, создание резервов для покрытия возможных убытков.

Для снижения рыночных рисков рекомендуется проводить увеличение фирменной торговой сети, разработать гибкую ценовую политику, проводить маркетинговые мероприятия по повышению лояльности потребителей к марке. Необходимо также расширять ассортимент выпускаемой продукции и увеличивать объемы производства охлажденной продукции, которая отвечает принципам здорового питания, сохраняет витамины, микроэлементы и прочие полезные вещества, а также продуктов глубокой переработки. Важным направлением снижения рыночных рисков является строгий контроль качества на всех стадиях производства продукции, точное соответствие предъявляемым потребителями требованиям - благодаря внедрению системы менеджмента качества - ISO 9001 и ISO 22000. Для снижения влияния финансовых рисков необходимо ориентироваться на заключение долгосрочных договоров с фиксированными условиями по предоставлению кредитных ресурсов.

Среди птицефабрик мясного направления в Свердловской области лидер - ОАО «Птицефабрика «Рефтинская»», которая производит 38 процентов от общего объема мяса птицы в области [33, С.63].

Исследования показали, что в настоящее время покупатели города Екатеринбурга отдают предпочтение местным производителям. В конце 2013 года исследовательским агентством «Маркетинг индустрия» был проведен поквартирный опрос среди жителей города Екатеринбурга. В рамках

исследования оценивалась осведомленность о компаниях-производителях мяса птицы, отношение к торговым маркам.

Наиболее известными торговыми марками среди респондентов оказались: «Рефтинская птицефабрика» (известна 95,4% населения), «Курико» (88,1%), «Аргаяша» (77,5%) и «Первоуральская птицефабрика» (57,4%). Лидеры по положительному отношению к ним респондентов среди данных марок выстроились следующим образом: «Рефтинская птицефабрика» (86,0%), «Курико» (72,4%), «Аргаяша» (51,6%) и «Первоуральская» (38,0%). Лидеры по продажам за последний год: «Рефтинская» (89,8%), «Курико» (77,2%), «Аргаяша» (58,6%). По всем основным показателям лидирует марка «Рефтинская», марка «Аргаяша» на третьем месте после «Курико» [27].

Птицефабрика «Рефтинская» постоянно наращивает объемы производства, с каждым годом увеличивая выпуск мяса птицы. Проектная мощность предприятия 33 года назад составляла 13,9 тыс. тонн мяса птицы в живом весе, но к настоящему времени этот показатель вырос в десятки раз: по итогам 2014 года птицефабрика произвела 65944,4 тонны данного вида продукции. В 2015 году предприятие увеличило этот показатель до 67 тыс. тонн. Согласно принятой программе развития, Птицефабрика «Рефтинская» является стратегически важным предприятием для Свердловской области, которое призвано обеспечивать продовольственную безопасность ее жителей. В связи с этим на предприятии приняты планы по модернизации и развитию, в результате чего производство мяса птицы к 2016 году должно вырасти до 80 тыс. тонн в живом весе в год.

С 2001 года птицефабрика арендует сельскохозяйственные земли в Камышловском районе Свердловской области для самостоятельного выращивания зерновых культур и дальнейшей их переработки на комбикорм. Обеспечение птицы высококачественными сбалансированными кормами – важный фактор устойчивого развития Рефтинской птицефабрики.

В 2008 г. в хозяйственное ведение Птицефабрики «Рефтинская» был передан Асбестовский животноводческий комплекс. В 2013 году он получил статус племенного репродуктора по разведению крупного рогатого скота. Сегодня данное подразделение выращивает племенных животных для формирования собственного поголовья и ведет реализацию племенного поголовья в товарные стада юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям, осуществляющим производство сельскохозяйственной продукции. За прошедший год птицефабрика «Рефтинская» произвела 4,275 тыс. тонн высококачественного молока.

В марте 2012 года в структуре предприятия появился Мясоперерабатывающий комплекс «Рефтинский» (расположенный в Талицком районе Свердловской области). Производственная деятельность комплекса направлена на изготовление продуктов из свинины и говядины.

На предприятии внедрена программа управления предприятием или система менеджмента качества, которая направлена на непрерывное улучшение качества продукции и услуг. Данная система прошла тщательную проверку группой аудиторов международной компании SGS. Оценив ряд требований, подтверждающих степень соответствия и результативности системы менеджмента качества (ISO 9001: 2008) и системы менеджмента безопасности пищевых продуктов (ISO 22000:2005) эксперты-аудиторы установили, что компания внедрила и поддерживает систему управления качеством в соответствии с требованиями данных стандартов. Высокий уровень автоматизации предприятия и достаточно обширный ассортимент производимой продукции также получили положительную оценку. Таким образом, процессы разработки, производства, хранения и транспортировки продукции, производимой на площадках птицефабрики, одними из первых на Урале подтвердили столь высокий международный уровень качества и безопасности.

Высокое качество продукции подтверждено знаком «100 лучших товаров России», многочисленными дипломами и медалями всероссийских,

межрегиональных и областных выставок и конкурсов. В частности, продукция предприятия в течение многих лет удостоивается высших наград на ежегодной Российской агропромышленной выставке «Золотая осень».

3.3 Анализ основных конкурентов предприятия

Наиболее крупные игроки рынка Свердловской и Челябинской областей по объемам производства и работающими на нем не менее двух лет представлены в табл. 21 и рис. 2.

Таблица 21 - Производство мяса птицефабриками Свердловской области за 2013г.

Название птицефабрики	Тыс. тонн
Рефтинская	45,6
Северная	21
Среднеуральская	15
Первоуральская	10

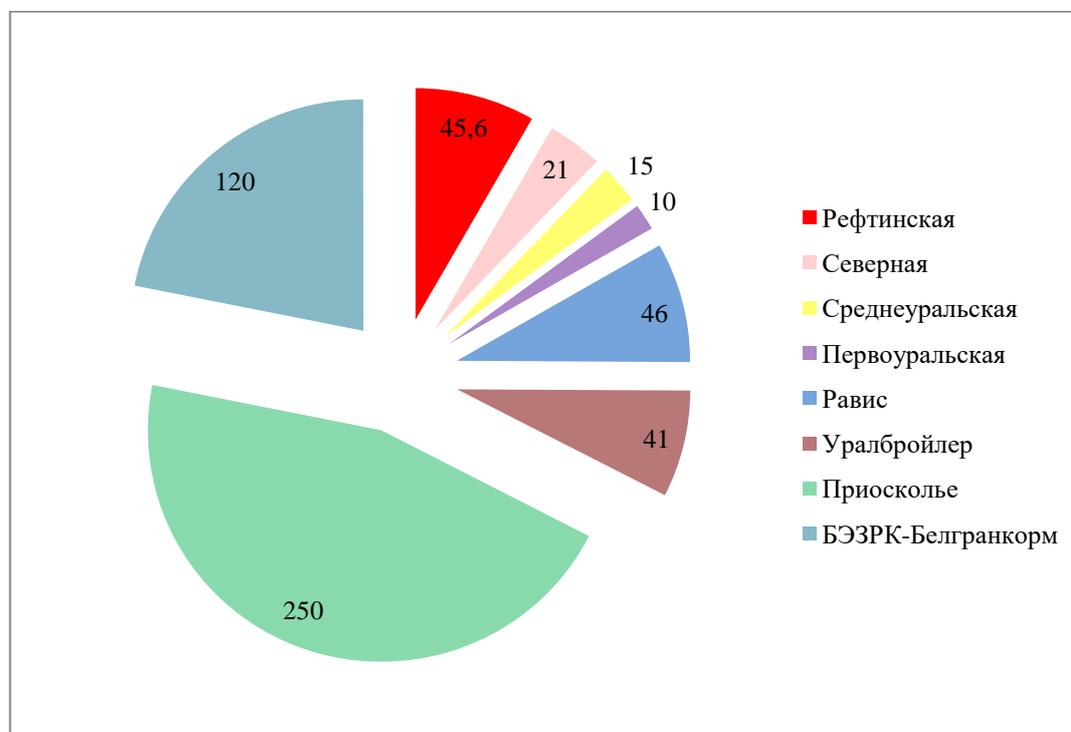


Рис. 2 – Структура производственной мощности предприятий-конкурентов ОАО «Птицефабрика «Рефтинская»»

На втором месте по производству мяса птицы в Свердловской области, после ОАО «Птицефабрика «Рефтинская», находится ООО «Агрофирма «Северная». Сбыт продукции осуществляется через торговую сеть «Купец», аналогичные производители мяса птицы представлены в торговой сети плохо. В остальном отмечается незначительное присутствие продукции компании на рынке Екатеринбурга. Продукция «Северной» присутствует в сетях: «Мегамарт», «Кировский», «Монетка», «Ашан» и в четырех фирменных магазинах. По мнению товароведов крупных сетей, эта продукция присутствует в магазинах для расширения общего ассортимента мясопродукции. Ценовая политика рассчитана на сегмент «эконом». В ассортименте «Северной» присутствуют замороженные, охлажденные, готовые продукты из мяса птицы.

Третью строчку по объемам производства в Свердловской области занимает Государственное унитарное предприятие Свердловской области «Птицефабрика «Среднеуральская» - торговая марка «Курико». Ассортимент продукции включает более 150 наименований, в том числе мясо цыплят бройлеров, полуфабрикаты, рубленые панированные изделия, колбасные изделия. 60% произведенной продукции фабрика реализует через сеть фирменных магазинов «Курико» и торговую сеть «Ашан», в котором представлена охлажденная продукция. Цены производителя ориентированы на цены основного игрока рынка - птицефабрику «Рефтинская». Кроме того, птицефабрика «Среднеуральская» предоставляет отсрочку платежа, что, несомненно, является существенным аргументом при выборе поставщика мяса птицы. На той же «Рефтинской» предусматривается 100% предоплата.

Государственное унитарное предприятие «Птицефабрика «Первоуральская» также предлагает покупателям широкий ассортимент продукции, включающий мясо цыпленка бройлера, полуфабрикаты, колбасные изделия, копчености. Основной рынок сбыта продукции предприятия находится в г. Первоуральск. В Екатеринбурге продукция предлагается покупателям в торговой сети «Ашан». Акцент делается на

продвижении охлажденной продукции. Компания ориентирована на работу с мелкими оптовиками и торговую сеть «Кировский».

Конкуренцию птицефабрикам Свердловской области также составляют и птицефабрики Челябинской области.

ООО «Равис» - птицефабрика «Сосновская» производственные мощности находятся на территории Челябинской области. Птицефабрика «Равис» - предприятие замкнутого цикла от выращивания племенного яйца и кормопроизводства до переработки мяса птицы. Предприятие производит более 46 тыс. тонн мяса птицы в год. Реализация продукции осуществляется на территории Челябинской области через фирменные магазины и отделы. На территории города Екатеринбург «Равису» удалось заключить договоры с крупными сетями «Мегамарт», «Елисей», «Пятерочка». Основная политика в отношении реализации построена на расширении фирменных отделов в небольших магазинах. Для работы с оптовыми покупателями птицефабрика открыла представительство компании «Равис» в городе Екатеринбурге. Ассортимент составляет более 200 наименований замороженной, охлажденной и готовой продукции. Предприятие выпускает тушку цыпленка-бройлера, полуфабрикаты, колбасы и копчености. Среди них есть продукты «Халяль», предназначенные для узкого сегмента.

ЗАО «Уралбройлер» - Аргаяшская птицефабрика находится в Челябинской области. «Уралбройлер» включает в себя птицефабрики Челябинской области: «Аргаяшская» (п. Ишалино), «Дербишево» (бывший животноводческий комплекс), «Хуторка» (бывшая «Кировская птицефабрика»), «Камышево» (бывшая «Камышевская птицефабрика») и «Родниковский» свинокомплекс. Реализация продукции осуществляется через сеть фирменных точек, их у предприятия более 50. В ассортименте компании мясо цыплят-бройлеров, полуфабрикаты, копчености, колбасы, пельмени.

Белгородский холдинг ЗАО «Приосколье» представляет третью группу конкурентов. Он наиболее интересный участник. В рейтинге наиболее

крупных и эффективных сельхозорганизаций входящих в клуб «Агро-300» компания занимает первую строчку. Достаточно молодая компания за пять лет существования на рынке достигла высоких показателей. Фабрика обзавелась 15 филиалами в России и ближнем зарубежье, сетью реализации продукции за тысячу километров от центра производства. От первоначального плана в 50 тыс. тонн ежегодно производимой птицепродукции к своему пятому дню рождения доросла до уровня в 250 тыс. тонн. Если учесть, что вся Свердловская область производит 100 тыс. тонн объемы холдинга впечатляют. Руководство предприятия неоднократно заявляет о своих амбициозных планах завоевания новых рынков. В 2008 году ЗАО «Приосколье» объявило о выходе на Свердловский рынок. Холдинг планировал занять 20-30 % рынка мяса птицы Свердловской области, заключив договоры с крупными торговыми сетями - «Купец», «Кировский». Успешный вход на рынок компания обеспечила себе за счет агрессивной ценовой политики - средняя цена на тушку цыпленка бройлера в два раза меньше, чем на рынке Свердловской области. Вместе с тем ЗАО «Приосколье» в течении года проводила рекламную кампанию с использованием таких носителей как телевидение, баннеры, реклама на транспорте и т.д. Преследовался принцип всеобъемлющего присутствия. В результате марка стала, узнаваема и вполне могла стать серьезным конкурентом для птицефабрики «Рефтинская». Однако компания не смогла преодолеть высокую приверженность покупателей местным маркам, и недостаточное внимание уделило работе с крупными сетями Екатеринбурга. Сети отказывались работать с маркой в виду проблем логистики и нерегулярно стью поставок.

Второй холдинг Белгородской области «БЭЗРК-Белгранкорм» представляет собой крупную многоотраслевую, вертикально интегрированную структуру агропромышленного комплекса, включающую в себя предприятия отраслей птицеводства, свиноводства, молочного животноводства, растениеводства, перерабатывающей промышленности и

торговли. В отношении птицеводства - имеющиеся мощности позволяют производить до 120 тыс. тонн мяса птицы. Продукты мяса птицы поступают в торговые точки под торговой маркой «Ясные зори». В ассортименте компании мясо цыпленка-бройлера, полуфабрикаты, субпродукты. Реализация продукции осуществляется через собственную дистрибьюторскую сеть торговых домов, расположенных в крупных областных и региональных центрах. В Екатеринбурге торгового дома «Ясные зори» нет, однако компанию можно отнести к потенциальным конкурентам ОАО «Птицефабрика «Рефтинская», так как рынок Свердловской области и города Екатеринбурга достаточно привлекателен.

Данный перечень основных конкурентов не является исчерпывающим. Он только иллюстрирует, что на рынке Екатеринбурга существует большое количество конкурентов птицефабрики «Рефтинская» [40].

Заключение

Залогом выживания любого предприятия является стабильность на рынке, а значит и конкурентоспособность. Это создает условия активного использования маркетингового подхода для достижения устойчивого преимущества перед конкурентами с целью укрепления своей конкурентоспособности.

Поэтому целью данной работы стала оценка конкурентоспособности ОАО «Птицефабрика «Рефтинская», а так же разработка путей по ее повышению.

В первой главе рассматривались теоретические аспекты конкурентоспособности предприятия, сущность конкурентоспособности, факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятия.

В результате было выявлено, что настоящее время не существует единого определения понятия конкурентоспособность. Факторами, которые обуславливают возможность множественности трактовок этого понятия, являются различные исходные позиции экономистов, а так же и то, что в качестве производителя рассматривается лишь отдельное предприятие, отрасль или вся экономика в целом. Анализ методов измерения конкурентоспособности предприятия показал, что в наше время, как за рубежом, так и в России не разработаны: общепринятые понятия конкурентоспособности предприятия, единая номенклатура показателей конкурентоспособности, общие методы их объединения в один интегральный показатель. Исходя из этого, для оценки конкурентоспособности предприятия можно применить модель М. Портера, SWOT – анализ, формирование интегральной оценки конкурентоспособности. С помощью этих методик можно наиболее точно дать оценку конкурентоспособности предприятия: выявить преимущества и недостатки предприятия, разработать стратегические действия, направленные на повышение конкурентоспособности.

Во второй главе проведен анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия, который на основе экономических показателей обозначил, что данное предприятие в 2013-2015 гг. эффективно функционирует.

В третьей главе проведен анализ основных конкурентов предприятия, SWOT – анализ, анализ благоприятных возможностей и угроз, с которыми предприятие может встретиться в отрасли. Выявлен характер конкурентных преимуществ.

В результате анализа было установлено, что основными конкурентами в Свердловской области ОАО «Птицефабрика «Рефтинская» являются: ОАО «Птицефабрика «Среднеуральская», ОАО «Птицефабрика» Первоуральская», ООО «Агрофирма «Северная». Так же оценка конкурентоспособности показала, что предприятие не испытывает сильное давление со стороны конкурентов в Свердловской области, однако, достаточно сильными конкурентами являются предприятия других регионов, такие как: ООО «Равис - птицефабрика «Сосновская», ЗАО « Уралбройлер» - Аргаяшская птицефабрика, Белгородский холдинг ЗАО «Приосколье», Белгородской области «БЭЗРК-Белгранкорм». По результатам анализа было выявлено, что ОАО «Птицефабрика «Рефтинская» уступает конкурентам из других регионов только по количеству произведенного продукта, однако, ОАО «Птицефабрика «Рефтинская» все-таки имеет существенное преимущество даже против сильных конкурентов – доверие покупателя, которое позволило вытеснить конкурентов с рынка.

Исходя из этого, были разработаны следующие предложения:

- рекомендуется проводить увеличение фирменной торговой сети,
- разработать гибкую ценовую политику,
- проводить маркетинговые мероприятия по повышению лояльности потребителей к марке.
- Необходимо расширять ассортимента выпускаемой продукции

- увеличивать объемы производства охлажденной продукции, которая отвечает принципам здорового питания, сохраняет витамины, микроэлементы и прочие полезные вещества,

- увеличивать объемы производства продуктов глубокой переработки.

Важным направлением является строгий контроль качества на всех стадиях производства продукции, точное соответствие предъявляемым потребителями требованиям - благодаря внедрению системы менеджмента качества - ISO 9001 и ISO 22000.

Таким образом, достигнутое повышение уровня конкурентоспособности приведет к увеличению объема реализации и в дальнейшем принесет дополнительную прибыль, за счет этого предприятие упрочит свою позицию на рынке и повысит результативность собственной деятельности.

Список литературы

1. Монографии, брошюры, статьи, выступления

1. Абдукаримов И.Т., Беспалов М.В. Финансово-экономический анализ хозяйственной деятельности коммерческих организаций: учебное пособие / И.Т. Абдукаримов, М.В.Беспалов – М.: Инфра-М, 2012. – 320 с.
2. Анализ хозяйственной деятельности в промышленности: учебник / [Л. Л. Ермолович и др.]. – Минск: Современная школа, 2010. – 800 с.
3. Артеменко В.Г., Остапова В.В. Анализ финансовой отчетности: учебное пособие / В.Г. Артеменко, В.В. Остапова– М.: Омега-Л, 2012. – 436 с.
4. Вартанов А. С. Экономическая диагностика деятельности предприятия: организация и методология: Учеб. пособие / А. С. Вартанов. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 326 с.
5. Вахрушина, М.А. Управленческий анализ: вопросы теории, практика проведения: монография / М.А.Вахрушина, Л.Б.Самарина. - М. : Вузовский учебник, 2012. - 142 с
6. Глушков, И.Е. Бухгалтерский учет на предприятиях различных форм собственности: в помощь финансовому директору, главному бухгалтеру, бухгалтеру / И.Е.Глушков. - Новосибирск: Экор-книга, 2014. - 943 с.
7. Головачев А. С. Конкурентоспособность организации. М.: Высшая школа, 2012.320с.
8. Долинская, М.Г., Соловьев, И.А. Маркетинг и конкурентоспособность промышленной продукции -М.: Экономика, 2011. - 125с.
9. Жучкевич О. Н., Квасникова В. В. Конкурентоспособность товаров и организаций. Практикум. Инфра-М, Новое знание, 2013. 192 с.
10. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: Учеб. пособие. – М.: Инфра-М, 2011

11. Кони́на Н. Ю. Конку́рентоспособность фирмы в глобальном мире. Проспект, 2012. 368 с.
12. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие / [В.И.Бариленко]; под общ. ред. В.И.Бариленко. - М. : ФОРУМ, 2012. - 463 с.
13. Красюк И. Н., Парамонова Т. Н. Конку́рентоспособность предприятия розничной торговли. КноРус, 2012. 120 с.
14. Кузнецова Е. И. Экономическая безопасность и конкурентоспособность. Формирование экономической стратегии государства. Юнити-Дана, 2012. 240 с.
15. Купцов М. Стратегический менеджмент: Учебное пособие. – М.: РИОР, 2011. – 192 с.
16. Лифиц, И.М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг. - М.: Юрайт-М, 2011
17. Маркарьян, Э.А. Экономический анализ хозяйственной деятельности : учеб. пособие / Э.А. Маркарьян. - М.: КноРус, 2014. - 550 с.
18. Миронов М.Г. Ваша конкурентоспособность: Учеб. пособие – М.: Научная книга, 2013.
19. Одинцов, В.А. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие для нач. проф. образования / В.А.Одинцов. - М.: Академия, 2013. - 252 с.
20. Основы экономики, организации и управления сельскохозяйственным производством: учеб. пособ. / И.А. Курьяков, С.Е. Метелёв – Омск: Издатель ИП Васильев В.В., 2011. – 501 с
21. Петранева Г.А. Экономика сельского хозяйства Альфа-М 2012 315с.
22. Пивоваров С.Э. Операционный менеджмент. СПб.: Питер, 2011. 343 с.
23. Попова Р.Г., Самонова И.Н., Доброседова И.И. Финансы предприятий, — СПб: Питер, 2012. – 224 с.

24. Рубин Ю. Б. Высшее образование в России. Качество и конкурентоспособность; Московская Финансово-Промышленная Академия, 2011.448с.
25. Савицкая, Г. В. Экономический анализ: учебник / Г. В. Савицкая. – М.: Инфра-М, 2011. – 647
26. Словарь менеджера.- М.: Книжный мир, 2012.
27. Тренев Н.Н. Управление финансами. – М.: ФиС, 2013. – 496 с.
28. Фатхутдинов, Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. - М.: Издательско - книготорговый центр «Маркетинг», 2012. - 892с.
29. Чернов В.А. Экономический анализ. Под ред. проф. М.И. Баканова. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 686 с.
30. Чечевицына Л.Н., Чечевицын К.В. / Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебник. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2013-368 с.
31. Чупина И.П. и др. / Агропромышленный комплекс Уральского Федерального округа на современном этапе развития: монография / И.П. Чупина и др. – Екатеринбург: РГППУ, 2015. – 101 с.
32. Юданов, А.Н. Конкуренция: теория и практика. Учебно-методическое пособие - 3-е издание, исправленное и дополненное. - М.: Издательство ГНОМид, 2011.- с. 168.
33. Экономический анализ. Основы теории. Комплексный анализ хозяйственной деятельности организации: учебник / [Н. В. Войтоловский и др.]. – М.: Юрайт: ИД Юрайт, 2011. – 507 с.

2. Материалы периодических изданий

34. Баринов В. Развитие организации в конкурентной среде // Менеджмент в России и за рубежом. – 2012. – № 6.
35. Белобтецкий И.А. Прибыль предприятия. // Финансы. –2011 №3
36. Блинов А.О., Захаров В.Я. Имидж организации как фактор ее конкурентоспособности // Менеджмент в России и за рубежом. – 2013. – № 4.

37. Васильева, З.А. Иерархия понятий конкурентоспособности субъектов рынка // Маркетинг в России и за рубежом. 2014. №2(52).

38. Дементьева А.В. Конкурентоспособность международных компаний // Менеджмент в России и за рубежом. – 2013. – № 3

39. Коваленко А.И. Теоретические и методологические аспекты использования концепции «конкурентоспособности» в научных исследованиях // Современная конкуренция. 2013. № 6.

40. Мальцев Н.В., Разорвин И.В. и др. Основные тенденции и пути повышения конкурентоспособности продукции на региональном рынке мяса птицы // Заметки ученого. – 2015. - №1-1 (1)

41. Попов Е.В. Сегментация рынка//Маркетинг в России и за рубежом. 2011. №2.

42. Сидорова Н.П. Внутренние факторы повышения эффективности сельскохозяйственного производства// Вестник НГИЭИ. 2011г. Выпуск № 5

3. Диссертации, авторефераты

43. Крымова, Т.Е. Совершенствование методов анализа и оценки конкурентоспособности предприятия. Дисс. канд. экон. наук, СПб, 2012, 169 с.

44. Рахимова, Г.С. Конкурентный потенциал и конкурентная стратегия в совокупности отношений конкурентоспособности Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук, Казань, 2013, 179 с.

45. Юркова Е. А. Конкурентоспособность сельскохозяйственных предприятий и влияние инновационного потенциала АПК на ее повышение : диссертация, 2011г - 177с.

4. Электронные ресурсы

46. Арутюнова Д.В. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://www.aup.ru/books/m205/7_1.htm.

47. Блог молодого аналитика [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://humeur.ru/page/konkurentnyj-analiz>.

48. Лишицки Т., Плюсы разработки сайта для компании
[Электронный ресурс]: Режим доступа:
<http://wpget.ru/plyusy-razrabotki-sajta-dlya-kompanii.html>.

49. Моторина О., Анализ конкурентов на практике: 10 шагов
[Электронный ресурс]: Режим доступа:
<http://powerbranding.ru/competition/analiz-konkurentov-primer>

Организационная структура ОАО «Птицефабрика «Рефтинская»

