

Организационно-экономические основы управления конкурентоспособностью рыбохозяйственных предприятий Дальневосточного бассейна

Ворожбит Ольга Юрьевна, канд. экон. наук, доцент, Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, г. Владивосток
Тел. (4232) 404229, +79147064516

Аннотация

Обеспечение конкурентоспособности субъектов в рыбной промышленности Дальневосточного региона является актуальной научной и практической задачей. В данной статье автор предлагает свою позицию по вопросам обеспечения конкурентоспособности на микро- уровне в рыбохозяйственных организациях.

Annotation

Providing of competitiveness of subjects in fish industry of the Far-Eastern region is an actual scientific and practical task. In this article an author offers the position on questions of providing of competitiveness on mikro- level in fishing industry organizations.

Стратегической целью развития России является достижение уровня экономического и социального развития, соответствующего статусу России как ведущей мировой державы XXI века, с привлекательным образом жизни, занимающей передовые позиции в глобальной экономической конкуренции и надежно обеспечивающей национальную безопасность и реализацию конституционных прав граждан [1]. Достижение поставленной цели требует перехода к инновационному пути развития. В этих условиях каждый хозяйствующий субъект должен обеспечить соответствующий уровень инновационной активности, рост конкурентоспособности.

Рыбохозяйственная деятельность имеет существенное значение для развития Дальневосточного региона. Рыбохозяйственные организации в ряде субъектов ДВФО на 80% обеспечивают занятость населения, формируют значительную часть ВВП. На сегодняшний день приходится констатировать

факт, что рыбохозяйственные организации осуществляют свою деятельность в условиях ужесточения как внутренней, так и международной конкуренции. Потребность в разработке теоретических и методологических основ повышения конкурентоспособности деятельности рыбохозяйственных организаций возникла давно, на необходимость безотлагательного решения данной проблемы неоднократно указывал Президент РФ.

Решение проблемы повышения конкурентоспособности рыбохозяйственных организаций Дальневосточного региона требует совершенствования существующих механизмов управления, использования организационных новаций. Существующие механизмы управления в рыбной промышленности на сегодняшний день не обеспечивают требуемый уровень конкурентоспособности. По-прежнему преобладающей остается сырьевая ориентация экспорта рыбной продукции, удельный вес продукции, вывозимой за рубеж с глубокой степенью переработки незначителен.

Самостоятельно рыбохозяйственные организации не способны найти выход из сложившейся ситуации и решить задачи, поставленные на государственном уровне. Необходима интеграция рыбопромышленников и представителей других видов деятельности. Международный опыт показывает, что экономическому росту способствует использование кластерного подхода к получению конкурентных преимуществ. В этой связи, необходимо использовать элементы кластерного подхода для повышения конкурентоспособности рыбохозяйственных организаций Дальнего Востока.

Проблемы обеспечения конкурентоспособности на различных уровнях от народного хозяйства до продуктового изучаются многими учеными, которые внесли существенный вклад в разработку проблемы. Однако, следует отметить, что проблемы обеспечения конкурентоспособности имеют отраслевую специфику. Результаты исследований, полученные в других отраслях, могут быть использованы лишь частично, а в отдельных случаях вообще неприемлемы. Отдельные вопросы управления

конкурентоспособностью, в целом, и рыбохозяйственных организаций, в частности, требуют на сегодняшний день более детальной проработки.

В экономической литературе еще нет единого подхода к определению конкурентоспособности как экономической категории, требуют разработки методологические основы исследования конкурентоспособности, повышение конкурентоспособности рыбной промышленности невозможно без выхода на мировой рынок с продукцией глубокой переработки, следовательно, важно выявить основные тенденции и закономерности формирования и функционирования мировых рынков рыбной продукции. Решение любой проблемы невозможно без диагностики причин ее возникновения, определения основных факторов, таким образом, требуют глубокого изучения и проработки основные особенности и проблемы развития рыбной промышленности российского Дальнего Востока. Конкурентоспособность рыбной продукции – основополагающий фактор конкурентоспособности на микро- и мезо- уровнях. Обеспечение конкурентоспособности на индивидуальном уровне требует разработки системы управления конкурентоспособностью рыбной продукции, методических рекомендации по реализации отдельных ее функций. Повышение конкурентоспособности рыбохозяйственных организаций требует определения ключевых направлений государственного регулирования. Развитие интеграционных процессов в рыбной промышленности, на наш взгляд, рационально осуществлять посредством формирования рыбопромышленного кластера, в этой связи необходимо определить принципы его формирования, организационную структуру, механизм управления.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что разработка организационно-экономических основ управления конкурентоспособностью рыбохозяйственных организаций Дальневосточного бассейна является актуальной научной и практической задачей.

Сущность конкурентоспособности любого экономического объекта в целом одинакова - это способность страны, региона, отрасли, предприятия

опережать конкурентов в достижении поставленных целей - укреплении своих позиций на рынке и получении на основе этого прибыли.

В исследовательской практике авторы по-разному определяют сущность конкурентоспособности [2, 3, 4, 5, 6]. На основании изучения и анализа трудов отечественных и зарубежных ученых предлагается следующее авторское определение конкурентоспособности на индивидуальном и микро-уровнях.

Конкурентоспособность продукции - это социально-экономическая категория отражающая отношения возникающие в процессе потребления продукции на рынке, характеризующая свойство объекта (продукции), имеющего определенную долю рынка, способного удовлетворять определенные потребности покупателей лучше, чем конкуренты, позволяющее продавать продукцию с приемлемыми (в соответствии с целями) финансовыми результатами.

Конкурентоспособность предприятия - это способность опередить конкурентов на рынке и обеспечить эффективность деятельности организации.

Исследование конкурентоспособности требует выявления факторов, ее определяющих. Фактор есть ничто иное, как движущая сила, причина события или процесса, именно факторы конкурентоспособности определяют характерные черты данного явления.

Исследование факторов позволяет определить, насколько они способствуют или препятствуют достижению конкурентоспособности рыбохозяйственной деятельности.

Проведенные исследования показали, что уровень конкурентоспособности рыбохозяйственного предприятия в каждый конкретный момент времени определяется совместным воздействием ряда факторов. Данные факторы неодинаковы по природе, характеру и степени воздействия, поэтому анализу механизма их влияния на конкурентные позиции предприятия должна предшествовать соответствующая

классификация. С точки зрения системного подхода наибольшего внимания заслуживает классификация факторов в зависимости от источников происхождения, поскольку именно факторы внешней среды отражают совокупность тех условий, к которым адаптируется предприятие, а внутренние (внутрисистемные) факторы - определяют как возможность, так и эффективность процесса адаптации.



Рисунок 1. Факторы, влияющие на конкурентоспособность рыбохозяйственного предприятия.

На рис. 1 представлены основные, на наш взгляд, факторы внешней и внутренней среды, влияющие на конкурентоспособность рыбохозяйственного предприятия.

Перечень факторов выявлен на основе анализа литературных источников [2, 3, 4, 5, 6], логики исследования категории «конкурентоспособность рыбохозяйственного предприятия» и результатов авторского мониторинга деятельности рыбохозяйственных предприятий Дальнего Востока.

Конкурентоспособность рыбохозяйственной организации в значительной степени определяется конкурентоспособностью продукции. Мы подошли к проблеме определения факторов, влияющих на конкурентоспособность рыбной продукции, исходя из того, что данная категория реализуется при признании товара потребителем (в процессе продажи).

Считаем, что целесообразно выделить два уровня факторов конкурентоспособности рыбной продукции. Для покупателя наибольший интерес представляют затраты на приобретение данной продукции и ее качественные характеристики (потребительские свойства). Именно эти два фактора мы выделили на первом уровне:

- цена;
- качество.

Факторы второго уровня позволяют обеспечить более высокий уровень востребованности покупателями потребительской стоимости продукции по установленной цене. К факторам второго уровня отнесены: упаковка; реклама; продвижение продукции на рынке; торговая марка, деловая репутация фирмы; изменение структуры потребления; поведение конкурентов.

Рассмотренные факторы представляют собой систему, обеспечивающую конкурентоспособность рыбной продукции и

рыбохозяйственной организации. Значение каждого отдельного фактора различно в зависимости от рынка, характера конкуренции, стадии жизненного цикла продукции и др. При этом следует отметить наличие определенного синергического эффекта взаимовлияния рассматриваемых факторов. Оказывая влияние на конкурентоспособность продукции, факторы приводят к изменению друг друга.

Каждая рыбохозяйственная организация для эффективного управления конкурентоспособностью должна иметь информацию об ее уровне. Оценка конкурентоспособности рыбохозяйственной организации необходима как для констатации того положения, в котором в данный момент времени находится предприятие внутри отрасли, так и, что более важно, для управления различными ее параметрами с целью достижения более весомых конкурентных преимуществ. Кроме того, оценка конкурентоспособности предприятий позволит выявить внутриотраслевых лидеров, которые смогли бы стать ведущими предприятиями в межотраслевом кластере.

Основу оценки конкурентоспособности хозяйствующих субъектов в рыбной промышленности составляют экономические принципы. Считаем, что при оценке конкурентоспособности рыбохозяйственных организаций в основу должны быть положены следующие экономические принципы:

- принцип реальности;
- принцип конкуренции;
- принцип системности;
- принцип комплексности;
- принцип эффективности;
- принцип стимулирования.

На основе изучения и анализа, предлагаемых в экономической литературе методик оценки конкурентоспособности хозяйствующих субъектов нами сформирован авторский методический подход. Считаем, что оценка конкурентоспособности рыбохозяйственного предприятия должна проводиться по трем основным критериям:

- конкурентоспособность продукции;
- эффективность производственной деятельности
- эффективность сбытовой деятельности.

Для определения конкурентоспособности рыбохозяйственной организации предлагаем использовать формулу:

$$КСП_{np} = 0,45КСП_{prod} + 0,29Э_{II} + 0,26Э_{C}, \text{ где } (1)$$

$КСП_{np}$ – коэффициент конкурентоспособности предприятия;

$КСП_{prod}$ – оценочное значение конкурентоспособности продукции;

$Э_{II}$ – эффективности производственной деятельности предприятия;

$Э_{C}$ – эффективности сбытовой деятельности и рыночного продвижения продукции.

Считаем, что для исчисления конкурентоспособности продукции возможны два подхода, в зависимости от целей оценки и объема информации.

В рамках первого подхода (он является более трудоемким и требует сбора значительного объема информации) целесообразно применить формулу, предлагаемую профессором Фатхутдиновым Р.А., учитывающую ассортимент продукции и рынки.

$$КСП_{prod} = \sum_{i=1}^{i=n} a_i b_j \cdot КСП_{prod}^j, \text{ где } (2)$$

$КСП_{prod}$ – коэффициент конкурентоспособности продукции;

a_i — удельный вес i -го вида продукции в объеме продаж за анализируемый период;

b_j - показатель значимости рынка, на котором представлен товар организации;

$КСП_{prod}^j$ – коэффициент конкурентоспособности i -того вида продукции на j -том рынке.

Оценка конкурентоспособности конкретного вида рыбной продукции будет рассмотрена в данной работе позже.

Второй подход оценки конкурентоспособности рыбной продукции является более простым и не требует значительных расчетов и сбора информации для их осуществления, сущность его заключается в том, что конкурентоспособность продукции при осуществлении расчетов можно признать равной доле рынка хозяйствующего субъекта.

Расчет эффективности производственной деятельности следует производить по формуле 2.

$$\mathcal{E}_\Pi = 0,343 + 0,30P_{\text{прод}} + 0,11\Phi + 0,12T + 0,13O, \text{ где (3)}$$

\mathcal{E}_Π – эффективность производственной деятельности предприятия;

Z – затратноотдача;

$P_{\text{прод}}$ – рентабельность продукции;

Φ – фондоотдача;

T – производительность труда;

O – оборачиваемость оборотных средств.

Расчет эффективности сбытовой деятельности следует производить по формуле 3.

$$\mathcal{E}_C = 0,39P_{\text{пр}} + 0,26PP + 0,18O_D + 0,17O_{\text{ГП}}, \text{ где (4)}$$

\mathcal{E}_C – эффективность сбытовой деятельности;

$P_{\text{пр}}$ – рентабельность продаж;

PP – эффективность расходов на продажу;

O_D – оборачиваемость дебиторской задолженности;

$O_{\text{ГП}}$ – оборачиваемость готовой продукции.

Предлагаемая методика оценки конкурентоспособности рыбохозяйственных организаций, на наш взгляд позволяет комплексно оценить различные параметры. В ней учтены как рыночная привлекательность продукции, так и показатели эффективности производственной и сытовой деятельности, которые являются неотъемлемой составляющей конкурентоспособности, как на индивидуальном, так и на микро- уровне. Оценка показателей конкурентоспособности организации в динамике позволит выявить основные тенденции в отраслевой конкуренции,

определить организации, стабильно занимающие лидирующее положение, выявить «восходящие звезды».

Конкурентоспособность рыбохозяйственной организации зависит не только от внутреннего потенциала предприятия, значительное влияние на нее оказывают факторы внешней среды, рыночная конъюнктура, особенности регионального развития, отраслевая специфика в соответствующем субъекте.

Показатели деятельности рыбной промышленности не одинаковы в различных регионах ДВФО. Это вызвано рядом причин: для отдельных краев и областей рыбохозяйственная деятельность является определяющей, например Камчатский край, Сахалинская область; в отдельных субъектах наряду с рыбохозяйственной деятельностью уже создана необходимая инфраструктура, перерабатывающие мощности, например Приморский, Хабаровский край. С позиции государственного регулирования развития рыбной промышленности необходимо иметь четкую картину ее состояния на определенный момент времени в отдельных субъектах ДВФО.

Мы считаем, что для определения вектора развития рыбной промышленности в Дальневосточном регионе сравнительный анализ деятельности различных отраслей региона не является первоочередной задачей и инструментом, позволяющим решить проблему. По нашему мнению гораздо важнее определить уровень внутренней конкурентоспособности в отрасли.

Для того, чтобы количественно измерить конкурентоспособность рыбохозяйственной деятельности в отдельных субъектах нами предлагается следующая система, включающую 15 показателей. Каждый показатель оказывает влияние на конкурентоспособность рыбохозяйственной деятельности, при этом значение отдельного показателя не одинаково.

Таблица 1 – Показатели, характеризующие конкурентоспособность рыбохозяйственной деятельности субъекта

№ п/п	Показатель	Единица измерения	Весовой коэффициент
1	Вылов рыбы и морепродуктов	тыс.т	14,3
2	Выпуск пищевой рыбной	тыс.т	16,2

	продукции		
3	Реализовано рыбопродукции	млн. руб.	11,6
4	Средняя цена реализации	руб/кг.	5,4
5	Экспорт рыбопродукции	тыс.т	4,7
6	Экспорт рыбопродукции	млн. \$.	5,2
7	Средняя цена экспорта	\$/тн	3,1
8	Среднесписочная численность	тыс.чел	15,4
9	Среднемесячная зарплата	тыс. руб.	6,9
10	Сумма налоговых платежей	млн. руб.	7,8
11	Уплачено налоговых платежей на рубль товарной продукции	руб.	2,7
12	Уплачено налоговых платежей на тонну выловленного сырья	тыс. руб.	2,1
13	Произведено рыбопродукции на 1 т добытого сырья	тыс. руб.	2,4
14	Численность населения	тыс.чел	1,1
15	ВРП	млрд. руб.	1,1
	Итого		100

Уровень конкурентоспособности рыбохозяйственной деятельности определяется на основании исчисления интегрального показателя конкурентоспособности по каждому субъекту ДВФО.

Для его определения необходимо выполнить расчеты, включающие два последовательных этапа.

На первом этапе определяется единичный показатель конкурентоспособности по формуле:

$$E_i = \frac{P_i}{P_i} \quad (5), \text{ где}$$

E_i – единичный показатель конкурентоспособности субъекта ДВФО;

p_i – значение показателя характеризующего конкурентоспособность субъекта;

P_i – аналогичный показатель по ДВФО;

i – показатели 1-15.

Единичный показатель показывает долю субъекта в общем показателя по ДВФО.

На втором этапе рассчитывается интегральный показатель по всем единичным показателям с учетом их весового коэффициента по формуле:

$$I = \sum_{i=1}^{i=n} k_i \cdot E_i \quad (6), \text{ где}$$

I – интегральный показатель конкурентоспособности субъекта ДВФО;
 k_i – коэффициент весомости соответствующего единичного показателя;
 E_i – единичный показатель конкурентоспособности субъекта ДВФО;
 i – показатели 1-15.

Чем выше интегральный показатель у субъекта, тем выше конкурентоспособность рыбохозяйственной деятельности в нем.

Данная методика рекомендуется к использованию органами государственной власти, ассоциациями рыбопромышленников, другими органами власти и прочими организациями для определения концепции развития рыбохозяйственной деятельности в регионах ДВФО, разработки стратегических планов, определении мероприятий по развитию отрасли.

Кроме того, данная методика может быть использована инвесторами при определении целесообразности вложений в рыбохозяйственные организации определенного субъекта ДВФО.

Конкурентоспособность рыбной продукции является определяющим фактором конкурентоспособности организации и рыбохозяйственной деятельности в регионе. Обеспечение конкурентоспособности продукции является ключевой проблемой управления рыбохозяйственной организацией.

Основу методологии управления конкурентоспособностью продукции составляют принципы управления, которые рассматриваются как основополагающие общие правила, положения, требования к управлению конкурентоспособностью. Управление конкурентоспособностью продукции является одной из подсистем управления производством, в связи с этим построение и функционирование систем управления конкурентоспособностью продукции должно опираться на общие принципы, методы управления и соответствовать требованиям, предъявляемым к системе управления конкурентоспособностью продукции.

Мы считаем, что основу системы управления конкурентоспособностью продукции на предприятиях рыбной промышленности должны составить следующие общие принципы:

- ориентация производства рыбной продукции на рыночную конъюнктуру;
- принцип целевой стратегии управления;
- принцип системности, комплексности управления конкурентоспособностью;
- принцип ориентации на конечные результаты;
- принцип стимулирования.

Считаем, что одним из важнейших моментов при проектировании системы управления является выявление функций, относящихся к управлению конкурентоспособностью продукции и установление их взаимосвязи с функциями управления производством.

В качестве основных функций управления конкурентоспособностью рыбной продукции следует выделить следующие:

- планирование повышения конкурентоспособности продукции;
- организация и координация управления;
- контроль обеспечения повышения конкурентоспособности;
- оценка уровня конкурентоспособности продукции;
- учет и анализ процессов управления конкурентоспособностью;
- регулирование процессов управления конкурентоспособностью.

Организационно-экономический механизм системы управления конкурентоспособностью продукции должен обеспечить сознательное использование экономических законов, закономерностей для достижения поставленных целей, эффективной реализации целей управления конкурентоспособностью продукции. Особенности организационно-экономических механизмов определяются характером действий по организации управления.

На рис. 2 представлена схема организационно-экономического механизма управления конкурентоспособностью продукции на предприятиях рыбной отрасли. Центральное место в организационно-экономическом механизме управления конкурентоспособностью продукции занимает орган управления, который необходимо создать на предприятии или эти функции возложить на отдел маркетинга. Этот орган управления должен вести анализ конъюнктуры рынка и разрабатывать программу повышения конкурентоспособности продукции: повышения ее качества, снижения себестоимости и цен, внедрения маркетинговых мероприятий по формированию спроса, сбыта; осуществлять контроль и анализ конкурентоспособности продукции и обеспечивать ее повышение.

Для успешного функционирования системы необходимо создать условия для повышения конкурентоспособности с привлечением всех отделов, служб организации, связанных с обеспечением конкурентоспособности продукции, так как один орган управления не сможет обеспечить ее рост и поддержание на должном уровне.



Рис. 2. Схема организационно-экономического механизма управления конкурентоспособностью продукции

Организационный механизм управления конкурентоспособностью продукции должен обеспечить преобразование цели в конечный результат. Основным условием достижения цели и эффективности управления являются наличие трудовых, эффективное использование материально-технических, финансовых и других ресурсов, без которых невозможно целенаправленно управлять процессом производства и обеспечивать требуемый уровень конкурентоспособности продукции и эффективности производства.

Именно комплексная увязка цели, задач, средств достижения цели и ресурсов позволит достичь запланированных конечных результатов. Это и составляет основу комплексного системного подхода к управлению производством и организации управления конкурентоспособностью продукции.

Основу методологии планирования конкурентоспособности продукции составляют принципы планирования, представляющие собой основополагающие положения, требования и конкретные правила планирования, обуславливающие правильность, новизну, научную обоснованность и эффективность планирования и стимулирования. Принципы определяют общие требования к разработке плана, на их основе базируется логика всего планирования конкурентоспособности продукции.

Изучение экономической литературы, анализ законов спроса и предложения, предельной полезности, системности, конкуренции, а также исследование факторов конкурентоспособности продукции, методов целевого планирования и управления позволили выделить и сформулировать следующие принципы планирования конкурентоспособности продукции:

- принцип комплексности планирования;
- принцип не снижающейся конкурентоспособности продукции или конкурентной обновляемости продукции;
- принцип приоритетности планирования;
- принцип эффективности конкурентоспособности продукции;

- принцип преемственности планирования.

Планирование конкурентоспособности продукции целесообразно осуществлять по двум направлениям:

- 1) Определение плановых показателей;
- 2) Планирование организационно-технических, экономических и маркетинговых мероприятий по повышению и обеспечению конкурентоспособности продукции.

Мы разработали и предлагаем базовый перечень плановых показателей конкурентоспособности. Считаем, что плановые показатели следует разделить на группы и выделить три составляющих:

I – показатели качества продукции

- удельный вес продукции по категориям качества;
- удельный вес продукции в экспортном исполнении;
- удельный вес продукции, занявшей призови места на конкурсах и т.п. (лучший товар года и др.);
- коэффициент обновления продукции;
- коэффициент возвратов;

II – стоимостные показатели

- объем продаж конкурентоспособной продукции (в разрезе отдельных видов) в денежном (руб.) и натуральном измерении (шт., кг., туб. и т.п.);
- затраты на рубль продаж (коп.);
- рентабельность продукции;
- рентабельность продаж;

Рис. 3. Этапы планирования конкурентоспособности продукции

III – показатели продвижения и сбыта:

- рынки сбыта – целевые показатели по отдельным сегментам (доля рынка, охват целевого рынка);
- эффективность расходов на продвижение продукции;
- удельный вес продукции на новых рынках;
- удельный вес продукции на зарубежных рынках.

На достижение данных показателей должны быть направлены мероприятия как текущего, так и перспективного, стратегического планирования.

Процесс разработки плана обеспечения и повышения конкурентоспособности продукции рыбохозяйственной организации должен базироваться на указанных выше принципах и осуществляться поэтапно. В рамках нашего методического подхода предлагаем следующую последовательность планирования (см. рис. 3).



Рис. 3. Этапы планирования конкурентоспособности в рыбохозяйственных организациях

Так как планирование и оценка являются неотъемлемыми составляющими (функциями) механизма управления конкурентоспособностью продукции, то и их принципы тесно взаимосвязаны, дополняют и расширяют друг друга. На наш взгляд, в

развитие принципов планирования конкурентоспособности, оценку конкурентоспособности рыбной продукции следует осуществлять на основе:

- принципа диалектичности, подразумевающего рассмотрение совокупности факторов в развитии, взаимной связи и взаимообусловленности;
- принципа интегральности, обеспечивающего выявление связей между различными критериями конкурентоспособности рыбной продукции и изучения влияния каждого критерия на результативный показатель.

В соответствии с разработанной методикой оценка проводится в следующей последовательности:

Первый этап: выбор базы для сравнения. Определение базы для сравнения будет зависеть от цели оценки, в качестве базы для сравнения могут служить образцы продукции, соответствующие лучшим отечественным и зарубежным стандартам, пользующиеся спросом у потребителей. Теоретически в качестве базы сравнения можно принять потребительские предпочтения, гипотетический (средний или идеальный) образец, аналогичную продукцию или группу, продукцию конкурентов и т.п.

Второй этап: определение параметров оценки. Для потребителей наиболее существенными являются параметры цены и качества рыбной продукции. В этой связи нами предложено оценивать конкурентоспособность по двум группам параметров: экономическим и потребительским.

Цена рыбной продукции является экономическим параметром конкурентоспособности и ее влияние на конкурентоспособность противоположно.

Качество определяется в нашей методике совокупностью параметров, определяющих потребительские свойства рыбной продукции, и продвижение продукции. В целом все критерии качества объединены под названием потребительские параметры. Предлагаем выделить три группы критериев в потребительских параметрах:

- органолептические параметры;

- упаковка;
- реклама и продвижение.

Каждый подпараметр, в свою очередь, подразделяется, перечень критериев, входящих в группу будет различен, в зависимости от вида оцениваемой продукции.

Третий этап: исчисление показателей конкурентоспособности. Для определения конкурентоспособности рыбной продукции последовательно исчисляют единичные, групповые и интегральные показатели.

Единичный показатель конкурентоспособности рыбной продукции по экономическим параметрам определяется по формуле 7:

$$E_{ц} = \frac{Ц_n}{Ц_k}, \text{ где:} \quad (7) \quad (4.3.1)$$

$E_{ц}$ - единичный показатель конкурентоспособности по цене;

$Ц_n$ - цена предприятия производителя на продукцию;

$Ц_k$ - цена конкурента на данный вид продукции.

Для обобщения результатов расчета единичных показателей конкурентоспособности рыбной продукции по цене мы предлагаем построить матрицу (см. табл. 2).

Таблица 2 - Матрица сравнения единичных показателей конкурентоспособности по цене

Производитель продукции	А	В	С	Х
1	2	3	4	5	6
А	= 1	< 1	> 1	> 1	< 1
В	< 1	= 1	> 1	< 1	> 1
С	< 1	> 1	= 1	> 1	> 1
.....	< 1	< 1	< 1	= 1	> 1
Х	> 1	> 1	< 1	< 1	= 1

А, В, С, ..., Х - производители оцениваемой продукции.

Для оценки потребительских параметров рыбной продукции нами предлагается балловая система. Каждый потребительский параметр должен быть оценен по пятибалльной шкале. На наш взгляд, для оценки потребительских параметров рыбной продукции наиболее приемлем метод фокус-групп.

Для обработки результатов мы предлагаем анкету оценки потребительских параметров (см. табл. 3).

Таблица 3 - Анкета оценки потребительских параметров рыбной продукции

Производители \ Параметры	П1	П2	П3	П4	П5
1	2	3	4	5	6
A	$= 5 \cdot k$	$< 5 \cdot k$	$< 5 \cdot k$	$= 5 \cdot k$	$= 5 \cdot k$
B	$< 5 \cdot k$	$= 5 \cdot k$	$= 5 \cdot k$	$< 5 \cdot k$	$< 5 \cdot k$
C	$< 5 \cdot k$	$= 5 \cdot k$	$< 5 \cdot k$	$= 5 \cdot k$	$< 5 \cdot k$
.....	$< 5 \cdot k$	$= 5 \cdot k$	$< 5 \cdot k$	$< 5 \cdot k$	$= 5 \cdot k$
X	$= 5 \cdot k$	$< 5 \cdot k$	$= 5 \cdot k$	$< 5 \cdot k$	$< 5 \cdot k$

где: П1, П2, П3, П4, П5 - оцениваемые потребительские параметры рыбной продукции;

A, B, C, X – производители продукции;

k – коэффициент весомости.

Для оценки потребительских параметров нами предлагается применять следующие коэффициенты весомости (см. табл. 4).

Таблица 4 - Коэффициенты весомости потребительских параметров

№ п.п.	Наименование параметра	Коэффициент весомости
1	2	3
1	<i>Органолептические параметры</i>	0,40
4	<i>Упаковка</i>	0,25
5	<i>Реклама и продвижение продукции</i>	0,35
Всего		1,00

Каждая группа потребительских параметров разбивается на подгруппы (для различных видов продукции подгруппы будут разными). В случае такого деления необходимо определить коэффициент весомости для каждого «подпараметра».

Для расчета единичного показателя конкурентоспособности рыбной продукции по потребительским параметрам нами предлагается формула (8), позволяющая учесть все группы параметров и их весомость:

$$E_{n.n.} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i \cdot k_i}{n}, \text{ где:} \quad (8) \quad (4.3.2)$$

$E_{n.n.}$ - единичный показатель конкурентоспособности по потребительским параметрам;

x_i - элемент соответствующего параметра;

k - коэффициент весомости элемента;

n - количество элементов соответствующего параметра;

i - параметрический индекс.

Групповой показатель конкурентоспособности рыбной продукции по цене следует рассчитывать как среднюю арифметическую единичных показателей по всем анализируемым производителям по формуле:

$$G_{ц} = \frac{\sum_{i=1}^n E_{цi}}{n}, \text{ где:} \quad (9) \quad (4.3.3)$$

$G_{ц}$ - групповой показатель конкурентоспособности по цене;

$E_{цi}$ - единичный показатель конкурентоспособности по цене;

n - количество анализируемых субъектов;

i - параметрический индекс.

Для определения группового показателя конкурентоспособности по потребительским параметрам нами предлагается формула:

$$G_{n.n.} = \frac{\sum_{i=1}^n E_{n.n.i}}{n}, \text{ где:} \quad (10) \quad (4.3.4)$$

$G_{n.n.}$ - групповой показатель конкурентоспособности по потребительским параметрам;

$E_{n.n.}$ - единичный показатель конкурентоспособности по потребительским параметрам;

n - количество анализируемых параметров;

i - параметрический индекс.

Интегральный показатель конкурентоспособности показывает уровень конкурентоспособности рыбной продукции по отношению к конкурентам на рынке по всему набору параметров: нормативных, экономических,

потребительских. Расчет интегрального показателя конкурентоспособности рыбной продукции следует производить по формуле:

$$I = \frac{G_{n.n.}}{G_u}, \text{ где} \quad (11) \quad (4.3.5)$$

I - интегральный показатель конкурентоспособности;

$G_{n.n.}$ - групповой показатель конкурентоспособности по потребительским параметрам;

G_u - групповой показатель конкурентоспособности по цене.

Чем выше интегральный коэффициент, тем более конкурентоспособной является продукция.

Четвертый этап: анализ результатов. Одним из приемов анализа конкурентоспособности рыбной продукции является ее позиционирование. Позиционирование позволяет определить, какое место на рынке занимает данный вид продукции среди продуктов-конкурентов. Кроме того, позиционирование продукции позволяет производителям добиваться желаемых позиций на рынке.

Для построения матрицы позиционирования продукции необходимо определить два параметра и принять их значения по результатам расчетов показателей конкурентоспособности продукции.

Пятый этап: разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности. По результатам оценки и анализа конкурентоспособности организация выявляет параметры, на которые необходимо воздействовать для повышения конкурентоспособности. С этой целью в плане повышения предусматриваются соответствующие мероприятия.

Развитие интеграционных процессов является ключевым направлением активизации рыбохозяйственной деятельности, обеспечения устойчивого роста и экономической стабильности. Проведенные исследования, изучение мирового опыта развития интеграционных процессов позволяют сделать вывод о том, что сквозные интеграционные структуры - кластеры,

включающие все звенья от разработки продукции до организации, более всего отвечают рыночным условиям и обеспечивают эффективность.

Основоположником современной теории конкурентоспособности по праву считается М Портер. Базовые элементы его концепции изложены в его труде «Международная конкуренция» (1990 г.) [7].

Кластер – интегрированная структура, объединяющая группу географически локализованных взаимосвязанных предприятий и предпринимателей, связанных между собой общество социально-экономических целей и взаимно обеспечивающих рост конкурентоспособности участников.

Ядром рыбопромышленного кластера должны стать крупные рыбопромышленные организации. Вокруг лидеров кластера сосредотачиваются крупные, средние и малые рыбохозяйственные предприятия. Кроме рыбопромышленных предприятий участниками кластера должны стать организации поставляющие орудия лова, тару, оказывающие сопутствующие услуги. Кластер включает инфраструктурные звенья.

Инновации являются обязательной составляющей кластера, в этой связи считаем, что рыбопромышленный кластер должен в обязательном порядке иметь в своем составе структуру, разрабатывающую новые виды продукции, новые технологии. Это могут быть институты ДВО РАН, НИИ ДВФО, ведущие вузы. Кадровое обеспечение рыбопромышленного кластера могут также осуществлять вузы – участники кластера.

Обеспечение сбыта продукции кластера требует наличия соответствующих структур для проведения конъюнктурных исследований, продвижения продукции, ведения работ по охвату рынка, мониторинга конкурентов.

Следует отметить, что региональное экономическое развитие на основе стимулирования кластеров предполагает инициативу и совместные усилия бизнеса и администраций субъектов. Роль, которую должны играть

администрации территорий и бизнес при развитии отраслевых кластеров разная, но взаимодополняющая.

Основным элементом экономического механизма управления кластером является орган управления. Предлагаем создать стратегический комитет.

Рассмотрим основные элементы, предлагаемые для формирования экономического механизма управления кластером. Основой любого механизма управления системой являются принципы управления, выполняющие роль основных правил формирования и управления кластером.

- Принцип добровольности
- Принцип целостности.
- Принцип «ядра» — ведущего предприятия.
- Принцип поддержки и содействия со стороны административных органов.
- Принцип равноправной заинтересованности членов кластера.

Анализ рыбохозяйственной деятельности по субъектам ДВФО позволяет нам сделать вывод о том, что рыбопромышленный кластер может быть создан только в двух субъектах: Приморском или Камчатском краях. На основании анализ потенциальных возможностей этих субъектов считаем целесообразным предложить создание рыбопромышленного кластера в Приморском крае.

Масштабы кластера позволят снизить затраты, связанные с производством и продажей рыбной продукции, увеличить прибыль от продаж. При этом методы управления кластером будут несколько отличны от методов, применяемых в отдельных рыбохозяйственных организациях. Создание рыбопромышленного кластера позволит решить широкий спектр экономических, социальных и иных проблем. В условиях кластера повысится конкурентоспособность выпускаемой рыбной продукции за счет обеспечения факторов на нее воздействующих, а соответственно возрастет конкурентоспособность и самих производителей.

Библиографический список литературы:

- 1) Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации.
- 2) Шмидт Ю.Д. Конкурентоспособность регионального рыбного комплекса // Региональная экономика: теория и практика. - 2008. - № 3. - С. 2-6.
- 3) Фатхутдинов Р. Ориентация на конкурентоспособность // Стандарты и качество. - 2007. - № 12. - С. 79-83.
- 4) Мансуров Р.Е. Об экономической сущности понятий «конкурентоспособность предприятия» и «управление конкурентоспособностью предприятия» // Маркетинг в России и за рубежом. - 2006. - № 2. - С. 91-94.
- 5) Белкин В.Г., Конкурентная среда и конкурентоспособность экономических объектов / В. Г. Белкин, Ю. Д. Шмидт, И. М. Романова; М-во образования и науки Российской Федерации, Федеральное агентство по образованию, Тихоокеанский гос. экономический ун-т. Владивосток: Изд-во ТГЭУ, 2007 - 179 с.
- 6) Данилов И.П., Конкурентоспособность регионов России (теоретические основы и методология) / Данилов И. П. Москва : Канон+ , 2007 - 367 с.
- 7) Портер М. Международная конкуренция: Конкурент. преимущества стран: [Пер. с англ.] / Майкл Портер; [Предисл. В. Д. Щетинина]. М.: Междунар. отношения, 1993 - 895 с.