

УДК 339.137.2

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ

Амиран Фрунзикович Осоян

аспирант

Мичуринский государственный аграрный университет

г. Мичуринск, Россия

Аннотация. В статье рассматриваются ключевые факторы, определяющие конкурентоспособность производителей сельскохозяйственной продукции в условиях рыночной экономики. Особое внимание уделяется реализации рыночного потенциала как инструмента повышения конкурентных преимуществ. Анализируются внешние и внутренние факторы, включая государственную поддержку, природно-климатические условия, маркетинговую стратегию и инновационные технологии. На основе проведенного анализа предложены рекомендации по усилению позиций отечественных производителей на внутреннем и внешнем рынках.

Ключевые слова: конкурентоспособность, сельскохозяйственная продукция, рыночный потенциал, государственная поддержка, инновации, маркетинг.

В условиях глобализации и усиления международной конкуренции конкурентоспособность сельскохозяйственных производителей становится определяющим фактором их устойчивого развития [1, 13-15]. Конкурентоспособность, понимаемая как способность предприятия производить и реализовывать продукцию, превосходящую аналоги по ценовым и неценовым характеристикам, требует комплексного подхода к управлению рыночным потенциалом [2, 8, 9]. Рыночный потенциал включает в себя возможности предприятия по адаптации к рыночным условиям, эффективному использованию ресурсов и удовлетворению потребительского спроса [3]. Цель исследования данной статьи – выявить факторы, влияющие на конкурентоспособность производителей сельскохозяйственной продукции, и определить пути реализации их рыночного потенциала.

Конкурентоспособность сельскохозяйственных производителей определяется их способностью адаптироваться к условиям рыночной конкуренции, обеспечивая высокое качество продукции при минимальных затратах. Согласно М. Портеру, конкурентоспособность базируется на таких факторах, как людские, физические и финансовые ресурсы, а также доступ к знаниям и информации. В аграрном секторе эти факторы дополняются природно-климатическими условиями и государственной политикой [10].

Рыночный потенциал производителей включает:

- доступ к рынкам сбыта и инфраструктуре;
- эффективность маркетинговых стратегий;
- инновационный потенциал и технологическую базу;
- финансовую устойчивость и инвестиционную привлекательность.

Реализация рыночного потенциала позволяет производителям не только удерживать позиции на внутреннем рынке, но и успешно конкурировать на международной арене [3].

Проанализируем внешние факторы конкурентоспособности, к которым относятся: государственная поддержка, природно-климатические условия, рыночная инфраструктура.

Одним из основных факторов является государственная поддержка, которая играет ключевую роль в повышении конкурентоспособности аграрного сектора. Меры, такие как субсидии, льготное кредитование и гранты, способствуют модернизации производства сельскохозяйственной продукции и снижению издержек. Например, в России государственные программы поддержки АПК направлены на обеспечение продовольственной безопасности и стимулирование экспорта сельскохозяйственной продукции. Однако, как отмечает Сладкова Т.В., эффективность этих мер зависит от соответствия правовой базы международным стандартам, что осложняется современной экономической ситуацией [12].

Природно-климатические условия как один из внешних факторов, оказывает значительное влияние на урожайность и качество сельскохозяйственной продукции, а также вообще возможность её производства в различных природно-климатических зонах государства [9, 11]. В России, где более половины территории находится в зоне Севера, длительный холодный период и глубокое промерзание грунтов увеличивают затраты на производство, снижая конкурентоспособность. Вместе с тем, внедрение современных технологий, таких как тепличное хозяйство и генетически модифицированные культуры, позволяет минимизировать влияние климатических ограничений. Однако производство продукции в тепличных хозяйствах, сопровождается значительным уровнем издержек, что отражается на уровне цены на продукцию закрытого грунта и не сопровождается соответствующим потребительскому спросу при низком уровне платежеспособности населения.

Развитая рыночная инфраструктура также относится к внешним факторам и включает товарные биржи и альтернативные каналы сбыта, обеспечивает беспрепятственный доступ производителей к рынкам. Отсутствие такой инфраструктуры приводит к монополизации перерабатывающей промышленности и снижению конкурентоспособности. Для решения этой проблемы необходимы инвестиции в создание автоматизированных информационных систем и подготовка специалистов по маркетингу. В РФ

недостаточно развита информационная функция рынка, отсутствие достоверной и своевременной информации не позволяет свершать возможные сделки купли-продажи продукции между производителями и покупателями сельскохозяйственной продукции. Информация в условиях рыночной экономики является необходимым и платным экономическим ресурсом, который во многом определяет результативность хозяйственной деятельности субъектов рынка, что определяет её высокую значимость.

Также необходимо проанализировать внутренние факторы конкурентоспособности, к которым относятся: качество продукции, инновации и технологии, маркетинговая деятельность, реализация рыночного потенциала.

Качество сельскохозяйственной продукции является основным фактором ее конкурентоспособности [2, 3, 4]. Потребители предъявляют повышенные требования к безопасности, питательности и экологичности продуктов. Для сохранения качества необходимо соблюдение температурно-влажностных режимов, санитарных норм и использование высококачественного сырья. Необходимо соблюдать все качественные характеристики продукции и производителям сырья и перерабатывающим предприятиям.

Не может быть произведено качественной муки, хлеба и хлебобулочных изделий, овощных и фруктовых консервов и других видов продукции переработки из некачественного сельскохозяйственного сырья. Это определяет необходимость сертификации сельскохозяйственной продукции, которую осуществляют многие товаропроизводители и, что отражается на более высоком уровне её цены.

Внедрение инновационных технологий, таких как ресурсосберегающие методы производства и автоматизация процессов, позволяет снизить издержки и повысить производительность труда [5, 7]. Например, использование высокопродуктивных сортов растений и пород скота способствует увеличению выхода продукции с единицы площади. Также использование высокопроизводительной сельскохозяйственной техники позволяет снизить издержки на единицу произведённой продукции, что определяет возможность

получения более значительного размера прибыли от производства и реализации продукции [6].

Эффективная маркетинговая стратегия, включая брендинг, рекламу и изучение потребительских предпочтений, повышает привлекательность продукции. Психологические и социальные факторы, такие как привычность марки и престиж фирмы, играют важную роль в формировании конкурентных преимуществ. Необходимо отметить, что если крупные перерабатывающие организации АПК используют маркетинг, то сельскохозяйственные товаропроизводители считают агромаркетинг дополнительными значительными затратами и практически не используют маркетинговую стратегию развития своей деятельности. Но, агромаркетинг нельзя отождествлять со сбытом продукции, это стратегия развития производства на основе всестороннего изучения рынка и определение параметров производственной программы, закупки необходимых ресурсов и эффективного сбыта продукции. Без маркетингового исследования рынка нельзя быть его эффективным коммерческим субъектом.

Для реализации рыночного потенциала производителям необходимо:

1. Упрощение доступа к рынкам. Создание товарных бирж и альтернативных каналов сбыта позволит снизить влияние посредников и монополистов.
2. Инвестиции в инновации. Финансирование НИОКР и внедрение современных технологий повысит производительность и качество продукции.
3. Развитие кадрового потенциала. Подготовка специалистов, владеющих маркетингом и управлением, усилит конкурентные позиции предприятий.
4. Совершенствование государственной политики. Гармонизация нормативной базы с международными стандартами и усиление мер поддержки экспорта повысят конкурентоспособность на мировом рынке.

На основе проведённого анализа можно предложить следующие меры повышения конкурентоспособности производителей сельскохозяйственной продукции:

- разработка региональных программ поддержки АПК с учетом природно-климатических особенностей;
- создание специализированных агропромышленных объединений для интеграции производства и переработки;
- внедрение цифровых платформ для мониторинга рыночной конъюнктуры и оптимизации цепочек поставок;
- стимулирование экспорта через льготное кредитование и субсидии на сертификацию продукции.

Конкурентоспособность производителей сельскохозяйственной продукции зависит от комплексного взаимодействия внешних и внутренних факторов. Реализация рыночного потенциала требует системного подхода, включающего государственную поддержку, модернизацию инфраструктуры, внедрение инноваций и совершенствование маркетинговых стратегий. Предложенные меры позволят отечественным производителям укрепить позиции на внутреннем и международном рынках, обеспечив устойчивое развитие аграрного сектора.

Список литературы:

1. Актуальные проблемы современной аграрной экономики / А. И. Алтухов, Е. В. Иванова, И. А. Минаков и др. / Мичуринск: Мичуринский государственный аграрный университет. 2025. 199 с. ISBN 978-5-94664-549-2. EDN MLGDHE.
2. Габдуалиева Р.С., Карякина О.В. Повышение уровня конкурентоспособности зерна и зерновой продукции в условиях рыночных отношений // ЗКФ АО «НЦНТИ». Уральск. 2011.
3. Дубовицкий А. А., Климентова Э. А., Григорьева Л. В. Анализ современного состояния отрасли садоводства в России и перспективы развития на основе реализации рыночного потенциала // Вестник Воронежского государственного аграрного университета. 2022. Т. 15. № 4(75). С. 124-138. DOI 10.53914/issn2071-2243_2022_4_124. EDN GKOJZL.

4. Дубовицкий А. А., Климентова Э. А. Обоснование перспектив экономического роста и развития овощеводства // Вестник Мичуринского государственного аграрного университета. 2014. № 6. С. 79-82. EDN TLMLIN.
5. Дубовицкий А. А., Климентова Э. А., Евдокимова Е. А. Тенденции и факторы инновационного развития сельского хозяйства // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. 2024. № 8. С. 203-210. EDN FGSRL.
6. Климентова Э. А., Дубовицкий А. А. Современное состояние и проблемы развития личных подсобных хозяйств населения // Вестник Мичуринского государственного аграрного университета. 2006. № 2. С. 120-124. EDN OCAУPT.
7. Климентова Э. А., Дубовицкий А. А. Формирование инвестиционного потенциала устойчивого развития сельскохозяйственных организаций // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. 2025. № 3. С. 12-19. DOI 10.31442/0235-2494-2025-0-3-12-19.
8. Кравченко Е. С., Волотовская А. О. Конкурентоспособность предприятия: сущность и методы оценки // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности. 2022. № 11. С. 91-96. EDN EGGGWU.
9. Мошков Я. Конкурентоспособность сельскохозяйственной продукции и факторы, оказывающие влияние на конкурентоспособность // Русские Новости. – URL: <http://ru-news.ru/konkurentosposobnost-selskohozyajstvennoj-produktsii-i-factory-okazyvayushhie-vliyanie-na-konkurentosposobnost/>
10. Портер М. Конкуренция: пер. с англ. // М.: Изд. дом «Вильямс». 2005. 608 с.
11. Проекты в сфере регулирования земельно-имущественных отношений в регионе / Н. А. Алексеева, О. Ю. Абашева, Л. А. Истомина и др. // Ижевск: Общество с ограниченной ответственностью "Издательство "Шелест". 2023. 242 с. ISBN 978-5-907677-25-8. EDN CAPGDC.

12. Сладкова Т. В. Роль государственной поддержки агропромышленного комплекса в повышении конкурентоспособности сельскохозяйственной отрасли в России // Российское предпринимательство. 2015. Т. 16. № 7. С. 979-988. doi: 10.18334/rp.16.7.185.

13. Assessment of Export Prospects of Russian Agricultural Producers / A. A. Dubovitski, E. A. Yakovleva, O. Y. Smyslova et al. // Environmental Footprints and Eco-Design of Products and Processes. 2022. P. 167-180. DOI 10.1007/978-981-16-8731-0_17.

14. Factors of spatial location of agriculture: data from Russia / E. A. Klimentova, A. A. Dubovitsky, V. A. Babushkin et al. // European Proceedings of Social and Behavioural Sciences: LEASECON 2021. Vol. 124. Omsk: European Publisher. 2022. P. 376-384. EDN GKXNBM.

Prospects for regional potato producers in the context of agricultural markets globalization / E. A. Klimentova, A. A. Dubovitsky, A. V. Beketov et al. // European Proceedings of Social and Behavioural Sciences : LEASECON 2021. Vol. 124. Omsk: European Publisher. 2022. P. 369-375. EDN LFIGEQ.

UDC 339.137.2

FACTORS AFFECTING THE COMPETITIVENESS OF AGRICULTURAL PRODUCERS

Amiran F. Osoyan

graduate student

Michurinsk State Agrarian University

Michurinsk, Russia

Abstract. The article examines the key factors determining the competitiveness of agricultural producers in a market economy. Special attention is paid to the realization of market potential as a tool for increasing competitive advantages. External

and internal factors are analyzed, including government support, natural and climatic conditions, marketing strategy and innovative technologies. Based on the analysis, recommendations are proposed to strengthen the positions of domestic manufacturers in the domestic and foreign markets.

Keywords: competitiveness, agricultural products, market potential, government support, innovation, branding.

Статья поступила в редакцию 10.05.2025; одобрена после рецензирования 20.06.2025; принята к публикации 30.06.2025.

The article was submitted 10.05.2025; approved after reviewing 20.06.2025; accepted for publication 30.06.2025.